



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

A NARRATIVA NA WEB: ESTUDO DE CASO DO VOX

Marianna Dias Victor Holanda

Brasília, DF

Novembro de 2015



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

A NARRATIVA NA WEB: ESTUDO DE CASO DO VOX

Marianna Dias Victor Holanda

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, da Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social.

Orientadora: Professora Dra. Márcia Marques

Brasília, DF

Novembro de 2015



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

Membros da banca examinadora

Orientadora: Prof^a. Dra. Márcia Marques

Prof^a Dra. Dione Moura

Prof^a. Dra. Renata Giraldi

Suplente: Prof^a. Dra. Maria Letícia Renault Carneiro de Abreu e Souza

Brasília DF

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, aos meus pais, Andréa Dias Victor e João Holanda. Obrigada por todo o apoio, pelas oportunidades e por acreditarem em mim – mesmo quando eu mesma não acreditava. À minha mãe, por me ensinar a aproveitar ao máximo tudo que a universidade pode oferecer; ao meu pai, por me ensinar a gostar de ler e a ser livre para escrever. Ao meu vô, Luiz Fernando Victor, meu grande professor. Queria agradecer meu irmão João Guilherme, minha prima, Julia, e a cada pessoa de minha família, pelo amor, paciência e apoio incondicional.

Quero agradecer à minha orientadora, Márcia Marques, que, mesmo sem nunca ter me dado aula, embarcou nesse projeto e me ensinou muito nesses últimos meses. Obrigada pela orientação em todos os horários, pelo interesse e por acreditar que isso seria possível. Este trabalho deu mais fôlego à minha paixão pelo jornalismo.

Gostaria de agradecer aos meus amigos, pelo apoio e paciência durante esses meses de produção. Obrigada por me distraírem e apoiarem, sempre que precisei. Às minhas meninas, companheiras de faculdade e de vida. E especialmente à Luiza, que me ajudou muito neste trabalho e em tantas outras coisas. Queria agradecer ao Victor também, cuja motivação foi essencial nos momentos finais desse trabalho.

Por fim, à Universidade de Brasília, minha segunda casa nos últimos cinco anos. Obrigada por me ensinar a ser livre e tolerante com o diferente. Obrigada por me ensinar que a nossa luta é todo dia, em todo lugar.

RESUMO

Este trabalho analisou a narrativa construída pelo site noticioso estadunidense Vox sobre a crise política e financeira da Grécia por meio das notícias publicadas entre janeiro a julho de 2015, da posse do premiê grego Alexis Tsipras ao plebiscito para escolha das medidas impostas pelos credores ou não. Primeiramente, foi feita uma revisão teórica dos conceitos de comunicação, jornalismo e *new media*. A partir da metodologia de Luiz Gonzaga Motta (2008), foi feita uma análise pragmática de cada aspecto da narrativa deste veículo *new media*, que surgiu em 2014, mas já é consagrado e rentável. Em seguida, foi feita uma análise referente ferramentas tecnológicas e recursos audiovisuais. Por meio da animaverbivocovisualidade, AV3 (MIRANDA, SI-MEÃO, 2014), foram identificados os elementos da linguagem que mais apareceram: fotos, vídeos, *hyperlinks*, etc. Este estudo buscou compreender a narrativa jornalística não-tradicional do Vox, e de que forma os recursos AV3 são utilizados não apenas como acessórios da matéria, mas como elementos indispensáveis da notícia.

Palavras chave: Vox, jornalismo *online*, *web*, narrativa, audiovisual, *new media*, AV3, animaverbivocovisualidade, narratologia

ABSTRACT

This study analyzed how American website Vox reported on the financial and political greek crisis events to its readers. First, it documents a theoretical review of the concepts of communication, journalism and new media. From Luiz Gonzaga Motta's (2008) methodology, it was done a pragmatic analysis of each aspect of the storytelling of this new media that emerged on 2014 and is already established and profitable. The period of analysis is from January to July 2015, from the inauguration of chancellor Alexis Tsipras to the referendum that decided greeks would not accept the creditor's imposed reforms. Later, it brings an analysis of the technological tools and audiovisual resources used by Vox. Through animaverbivocovisualidade, AV3 (MIRANDA, SIMEÃO, 2014), it was identified the AV3 elements that most appeared: photos, videos, hyperlinks, etc. This analysis sought to understand Vox unorthodoxic journalistic storytelling; and also how AV3 elements are used, not only as an accessory of the article, but as an indispensable element of the story.

Key-words: Vox, online journalism, web, storytelling, audiovisual, new media, AV3, animaverbivocovisualidade, narratologia

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
1.1 OBJETO DE ESTUDO: O QUE É O VOX?	9
1.2 JUSTIFICATIVA	16
1.3 OBJETIVO GERAL	17
1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17
2. REFERENCIAL HISTÓRICO: A CRISE NA GRÉCIA	18
3. REFERENCIAL TEÓRICO.....	25
3.1 COMUNICAÇÃO, JORNALISMO E <i>NEW MEDIA</i>	25
3.1.1 <i>New Media</i>	28
3.2 NARRATOLOGIA.....	30
3.2.1 Narrativa no online	34
3.3. ANIMAVERBIVOCOVISUALIDADE	37
4. METODOLOGIA	40
5. ANÁLISE.....	43
5.1 ANÁLISE PRAGMÁTICA DA NARRATIVA JORNALÍSTICA	43
5.2 ANIMAVERBIVOCOVISUALIDADE NO VOX.....	61
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	73
FONTES ELETRÔNICAS	73
ANEXO.....	76

1. INTRODUÇÃO

Não é preciso muito esforço para perceber as mudanças que o jornalismo tem passado na última década, principalmente nos últimos anos. Já é quase redundante falar jornalismo online, porque quase toda forma de jornalismo passa pela web também. Revistas, jornais, televisões e rádios, quando não estão inteiramente online, têm o seu homólogo.

As novas tecnologias não mudaram apenas o canal de comunicação para dar a notícia, elas também modificaram a forma como se passa a informação. Portanto, este trabalho se propõe a analisar a narrativa desse novo jornalismo na web. Como estudo de caso, analisaremos o site *new media*, norte-americano, Vox. Com o slogan “explain the news”, eles têm uma abordagem pedagógica para tornar os assuntos mais complexos compreensíveis ao leitor ou leitora. Visivelmente, tem dado certo: em pouco mais de um ano de existência, *Vox Media* (empresa a que pertence o Vox.com, juntamente com outros sete sites) foi estimada em U\$ 1,5 bilhão por um grupo midiático. O mesmo grupo investiu U\$ 250 milhões na empresa. A seguir, contaremos mais sobre a história do Vox e porquê este site foi escolhido para análise.

No segundo capítulo, este trabalho faz, primeiramente, uma contextualização sobre a Grécia, sobre como o país às manchetes em 2015. O desemprego chegou a uma taxa superior a 25% neste ano e, em 2014, o PIB era o mesmo de 2003. Uma das hipóteses defendidas pelo Vox é que o Euro seria um dos maiores culpados, a própria estrutura da zona do Euro. Um economista abordado neste estudo, o vencedor do Nobel de Economia Paul Krugman, ressalta a dificuldade de crescimento do país com medidas de austeridade impostas pelos credores, principalmente pelos países do norte da Europa, como Finlândia, Suécia e Alemanha. Em janeiro deste ano, o partido de esquerda Syriza, com o premiê Alexis Tsipras, chegou ao poder pela primeira vez na Grécia com uma agenda contrária às reformas de arrocho impostas pelos credores.

Em seguida, abordaremos conceitos de comunicação, jornalismo e, principalmente, *new media*. Consideramos aqui como *new media* a síntese de todas

as outras mídias, o jornalismo que surgiu já no berço da era digital. O Vox, portanto, é um *new media*.

A metodologia que esta pesquisa utilizará na análise da narrativa jornalística do Vox é a proposta por Luiz Gonzaga Motta (2008). O recorte foi de janeiro a julho de 2015, os episódios da crise na Grécia nos primeiros meses do governo Tsipras. Foram encontradas 46 matérias nos *tags Greece, Greek, Tsipras e Syriza*.

O método de Motta (2008) sugere seis movimentos para a análise: a recomposição da intriga, a identificação do conflito e da funcionalidade dos episódios, a construção de personagens jornalísticos, identificação das estratégias comunicativas, identificação da relação comunicativa e a metanarrativa.

Em um segundo momento, este trabalho irá analisar a forma das matérias, ao invés do conteúdo. A partir da linguagem AV3, identificaremos quais características – hipertextualidade, hipermediação, interatividade, hiperatualização, mobilidade, ubiquidade, multivocalidade – estão presentes nas matérias selecionadas.

O objetivo geral do trabalho é examinar de que forma um veículo novo e bem-sucedido, *new media* narra a crise na Grécia para os seus leitores e leitoras. Mais além, de que forma o Vox utiliza as ferramentas tecnológicas, audiovisuais para informar, não apenas enfeitar a matéria.

1.1 OBJETO DE ESTUDO: O QUE É O VOX?

A história do Vox começou em 2014, poucos meses antes do lançamento oficial do site, em abril. Muito sobre o próprio Vox é contado no “sobre nós” do site, mas os detalhes reunidos neste trabalho foram encontrados em entrevistas dos fundadores e artigos à imprensa norte-americana.

Segundo artigo da *New York Magazine*¹, tudo começou quando, em março de 2014, Ezra Klein, com 29 anos à época, deixou o posto de redator do blog *Wonkblog*², do Washington Post. Ao lado de Melissa Bell, colega do Post, e Matt Yglesias, do Slate, Klein fundou uma *startup* de jornalismo, *Vox.com*, cujo princípio é aparentemente simples: tornar notícias de difícil compreensão para o público, mais palatáveis. A figura abaixo mostra a home da página em 26 de outubro de 2015:

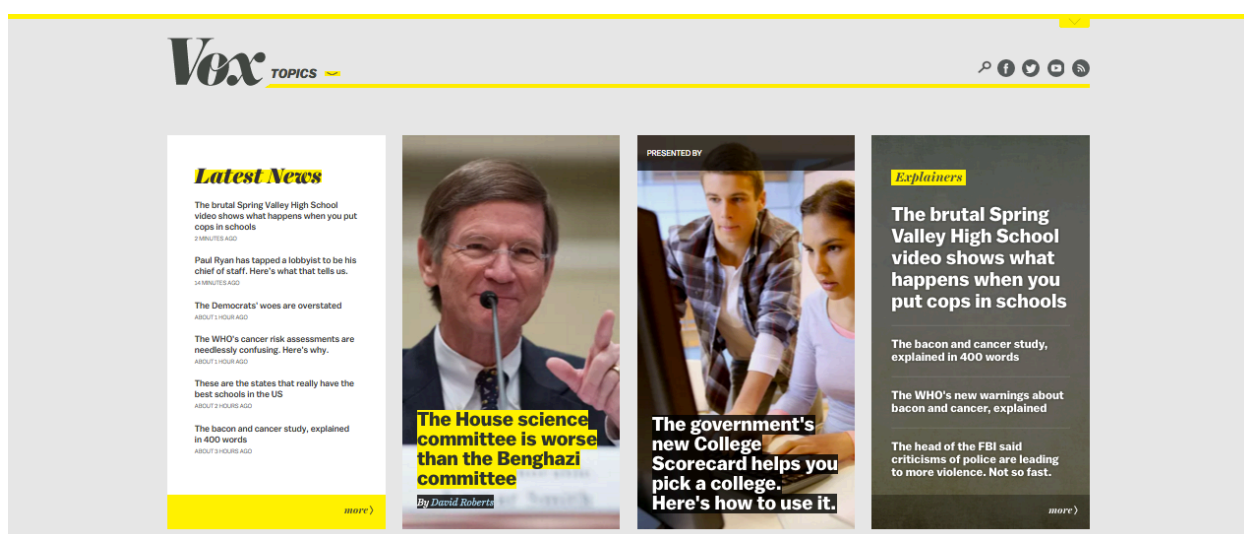


Figura 1: home do Vox

Há uma expressão na língua inglesa que se refere às notícias menos interessantes ou difíceis de compreender como “vegetais”. Conforme Klein explica no próprio site do Vox e em diversas entrevistas, a ideia é “temperar com azeite e sal” as matérias mais complicadas.

¹ Entrevista de Ezra Klein à *New York Magazine*: <<http://nymag.com/news/features/ezra-klein-2014-2/>>. Acesso em 12 de outubro de 2015.

² O dicionário Oxford define *wonk* como um estudioso, especialista em algo. Definição disponível em <<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/wonk>>. Acesso em 12 de setembro de 2015.

“Não existe tópico que não possa ser transformado em interessante para nosso público. Se estamos escrevendo sobre algo importante – algo que faça diferença na vida das pessoas – e fica chato, então nós falhamos, não nossos leitores” (VOX, 2015)

Em verdade, o trabalho que Klein fazia no *Wonkblog* já era um pouco assim: explicava de forma simples, para não especialistas, notícias sobre política e economia. Em entrevista a Benjamin Wallace, da *New York Magazine*, Klein explicou que o Vox não seria apenas uma expansão do *Wonkblog*, “com mais independência, mais dinheiro e seu nome no cabeçalho”. O jornalista identificou, em oito anos que trabalhou no Post, problemas que ele considerou estruturais no jornalismo na mídia tradicional. O maior deles seria a enxurrada de notícias que, mesmo que fossem explicadas de forma didática e simples, não teriam contextualização suficiente.

Ainda segundo artigo da *New York Magazine*, Klein chegou a procurar diversos conglomerados midiáticos para hospedar seu novo projeto. Acabou ficando com o Vox Media, um grupo de mídia online, que abriga outros sete sites: *The Verge* (tecnologia e cultura), *SB Nation* (esportes), *Polygon* (games), *Eater* (gastronomia), *Racked* (beleza, moda e comportamento), *Curbed* (ramo imobiliário e casas) e *Re/code* (tech business).

As temáticas do Vox vão desde cultura pop, clipes de música, artigos de comportamento, ao conflito entre Israel e Palestina. Na parte de “perguntas e respostas” do site, eles definem “notícia” de uma forma ampla, que passa tanto pelo *breaking news*³, quanto pelos artigos mais complexos e analíticos.

³ O dicionário Oxford define *breaking news* como “informações recém-obtidas sobre um evento que ainda está acontecendo”. < <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/breaking-news>>.

Um dos pilares do Vox é o formato multimídia. Há uma evidente preocupação em utilizar o maior número de “apoios” para ilustrar a matéria: fotos, vídeos, infográficos, entenda mais, etc. Eles têm a ambição de usar novas tecnologias cada vez mais para “deixar as notícias melhores”⁴. De acordo com o relatório anual do Vox Media, nos primeiros nove meses do Vox.com, foram publicados 7 mil artigos, 150 reportagens especiais, mais de 100 *card stacks* e dúzias de vídeos⁵. No mesmo período, a equipe subiu de três para 30 pessoas.

O carro-chefe do site são os chamados *card stacks*, uma espécie de cartões de apoio com informações básicas sobre determinado tema. No jornalismo tradicional, poderíamos fazer uma equivalência com “saiba mais” – mas neste caso é uma extensão, um “saiba muito mais”. Alguns exemplos são: “Casamento homossexual nos Estados Unidos, explicado”, “Tudo que você precisa saber sobre o Obamacare”, “O atentado ao Charlie Hebdo, explicado”. Os *cards stack* variam de tamanho e são divididos em perguntas ou afirmações. Quando, em 2014, houve o surto do vírus Ebola em diversas partes do mundo, principalmente na África, o Vox fez o *card stacks* “11 coisas que você precisa saber sobre o Ebola”, como mostra a Figura 2. Dentre os temas de cada cartão, eles explicam como se pega e como não se pega o vírus, que não há cura para a doença e que a pobreza é um dos motivos da rápida disseminação.

⁴ “Como nós fazemos o Vox”: <<http://www.vox.com/2014/3/30/5564404/how-we-make-vox>>. Acesso em 12 de setembro de 2015.

⁵ Relatório de 2014 do Vox Media: <<http://www.voxmedia.com/a/year-in-review-2014>>. Acesso em 12 de setembro de 2015.

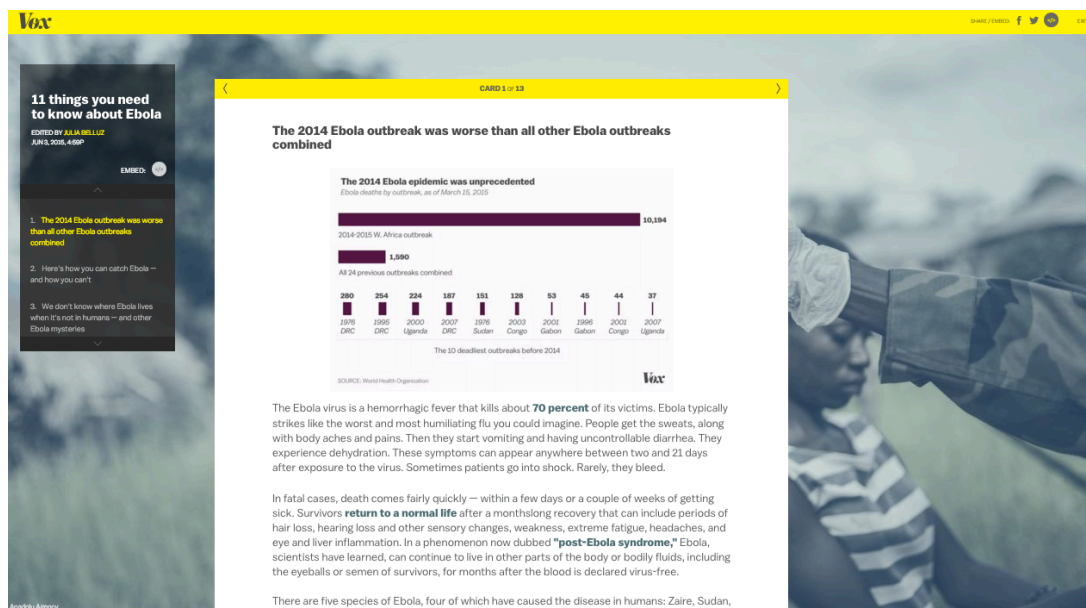


Figura 2: card stack sobre Ebola. O primeiro cartão argumenta que o surto do vírus em 2014 foi pior que todos os anteriores

O que é um dos pontos mais fortes do Vox também é ponto fraco. Alguns críticos⁶ afirmam que o método pedagógico do site subestima o leitor, como quando há um *card stacks* explicando “O que é a internet”. Quando questionado em entrevista *USA Today* se o Vox seria apenas um Wikipedia mais elaborado, Klein celebrou o deboche dos colegas jornalistas com a simplicidade dos *card stacks*: “não escrevemos para eles”, afirmou. O ex-redator do *Post* explica que, na sua concepção, as pessoas não são obrigadas a entender de todos os assuntos e cabe ao jornalismo explicá-las.

Uma característica comum dos *new media* (veículos de mídia nascidos no online, mas o assunto será desenvolvido no próximo capítulo) é ter uma linha editorial bem definida, menos objetiva e imparcial que a mídia tradicional. Eles produzem um conteúdo cada vez mais segmentado, preocupados com novas perspectivas e diversidade. No *Huffington Post*, por exemplo, há seção sobre feminismo, meio ambiente, *black voices*, dentre outras. No caso do Vox, isso se

⁶ “Vox não vivendo às expectativas, explicado”: <<http://www.politico.com/story/2014/08/vox-ezra-klein-110276.html>>. Acesso em 12 de setembro de 2015.

traduz também na composição da equipe de repórteres. Em uma segunda entrevista à *New York Magazine*⁷, em abril de 2014, o fundador do Vox disse que o grupo estava quase alcançando a paridade de gênero na redação, ao passo que reconheceu que precisavam melhorar quanto à diversidade racial.

Se você acaba em um lugar em que você só tem um tipo de pessoa escrevendo, então sua habilidade de ver histórias, de reportagem e de alcançar público fica restringida, simplesmente porque você não tem capacidade de ver além da sua própria perspectiva. E isso é muito perigoso (KLEIN, 2014)

A diversidade na redação garante diferentes pontos de vista, diferentes históricos e concepções de vida, o que, por sua vez, assegura um conteúdo mais completo. Isso abrange um público maior, traduzindo em mais cliques para o site.

Em agosto de 2015, a Comcast Corp.'s NBCUniversal – conglomerado midiático nos Estados Unidos – investiu 200 milhões (US\$) no Vox Media, “pai” do *Vox.com*⁸. Segundo reportagem do Wall Street Journal, o grupo midiático, com seus oito sites, foi avaliado em quase 1 bilhão (US\$). Para se ter um parâmetro, o site *Buzzfeed* (da mesma classificação de *new media* que o Vox, mas com quase dez anos de existência) foi estimado em 1,5 bilhão (US\$) pela NBCUniversal, outro grupo midiático, que investiu 250 milhões (US\$) na empresa⁹.

⁷ “Entendendo o recém-lançado Vox.com”: <<http://nymag.com/daily/intelligencer/2014/04/understanding-the-newly-launched-voxcom.html>>. Acesso em 12 de setembro de 2015.

⁸ Acesso em 12 de setembro de 2015. <<http://blogs.wsj.com/cmo/2015/08/12/comcast-invests-200-million-in-vox-media-valuing-digital-media-firm-at-1-billion/>>.

⁹ Acesso em 13 de outubro de 2015. <<http://www.businessinsider.com/report-nbc-is-investing-in-buzzfeed-at-a-15-billion-valuation-2015-7>>.

Em junho, a Comscore, uma organização de análise de mídia, divulgou um ranking das 50 maiores empresas de mídia digital nos Estados Unidos¹⁰. A lista, encabeçada por Google e Facebook, com respectivamente 242 e 214 milhões de visitantes, apresenta Vox Media em 40º lugar (de 50 posições), com uma média de 57,4 milhões de visitantes em seus oito domínios, apenas no mês observado¹¹. Para se estabelecer um parâmetro, Vox ficou apenas três posições abaixo do *New York Times Digital*, com 60,4 milhões de visitantes.

Enquanto algumas empresas de comunicação demoraram décadas para construir credibilidade junto ao público, Vox conseguiu, em menos de um ano, crescer financeiramente e junto ao público. Em fevereiro de 2015, Yglesias conseguiu uma entrevista exclusiva¹² com o presidente dos Estados Unidos, Barack Obama. Para divulgar o material, eles fizeram um especial no site, em uma sessão chamada *Vox conversations*. A entrevista foi dividida em duas partes: política nacional e internacional. Além de um texto com a entrevista na íntegra, foram feitos infográficos, pequenos comentários explicativos sobre as perguntas e trechos de vídeos com a resposta do presidente. No Youtube, eles colocaram o vídeo completo e vídeos curtos, de um ou dois minutos, sobre determinado tema, auxiliados com animações ilustrando as falas.

¹⁰ Acesso em 15 de setembro de 2015. <<http://www.comscore.com/por/Insights/Market-Rankings/comScore-Ranks-the-Top-50-US-Digital-Media-Properties-for-May-2015>>.

¹¹ Acesso em 12 de setembro de 2015. <<http://www.comscore.com/por/Insights/Market-Rankings/comScore-Ranks-the-Top-50-US-Digital-Media-Properties-for-May-2015>>.

¹² Tradicionalmente, apenas agências de notícias e jornais da mídia tradicional consegue entrevistas exclusivas com o presidente norte-americano. Para o *New York Times*, as entrevistas de Obama ao Vox e ao *BuzzFeed* sinalizam uma tentativa do presidente de alcançar um público mais amplo para falar de políticas públicas. Por outro lado, o jornal também ressaltou que as entrevistas são um importante marco para os *new media*, reconhecimento do sério trabalho jornalístico que têm feito. Nos primeiros sete meses do ano, o presidente concedeu mais de dez entrevistas exclusivas, notadamente com a *Reuters*, *BBC*, *The Daily News*, etc. Acesso em 12 de setembro de 2015 <<http://www.nytimes.com/2015/02/09/business/media/vox-and-buzzfeed-obtain-interviews-with-obama.html>>.

1.2 JUSTIFICATIVA

Este estudo se propõe a analisar a forma como o site de notícias norteamericano Vox.com narra os eventos sobre a Grécia, em 2015. Entender como um veículo jovem, *new media*, mais explicativo que apenas noticioso, explica aos leitores e leitoras os episódios da crise financeira e política grega de janeiro a julho deste ano.

Nesta pesquisa, duas vertentes de análise foram utilizadas para contemplar todos os aspectos da web: a análise pragmática da notícia (MOTTA, 2008) e a animaverbivocovisualidade, AV3 (MIRANDA, SIMEÃO, 2014). O motivo inicial desta pesquisa foi de um interesse pessoal da autora, que procurou compreender de que forma melhor explorar as possibilidades do jornalismo online.

Primeiramente, é interessante observar como o Vox, um veículo *new media*, moderno, não-convencional, dá as notícias sobre a crise da Grécia. Isso porque o slogan do site é “explain the news”. Diferente de outros veículos new media, que já apresentam uma abordagem diferenciada na escrita e nas ferramentas visuais em suas matérias (*Buzzfeed*, por exemplo), o Vox procura a abordagem mais simplificada o possível, principalmente com temas espinhosos (que são recorrentes na home). Como explicar para um cidadão ou uma cidadã qualquer, não-especialista em macroeconomia ou zona do Euro, a dívida grega? O Vox faz matérias como “9 coisas que você deve saber sobre a crise na Grécia” ou “A Grécia está em crise há 5 anos: como chegou a esse ponto?”.

Um segundo aspecto importante de se analisar é a linguagem menos formal que outros veículos jornalísticos mais tradicionais, como o *The New York Times* – que, no Relatório de Inovação (2015), definiu o Vox uma competição em potencial. Os títulos são impactantes, por vezes, apocalípticos: “A Grécia está perdida”. No vídeo que eles fizeram para explicar a crise, compararam a zona do Euro a um jantar que você oferece para os amigos: é fácil fazer um cardápio, mas quando começam a aparecer pessoas com dietas diferentes, tipo intolerante a glúten ou vegetariano, vai ficando mais difícil. E é com esse tipo de comparação pouco pretenciosa que o Vox explica para o leitor ou leitora que a União Europeia pode não dar mais tão certo quanto se pensava, na opinião editorial do

Vox. Aliás, essa é uma outra característica: como as matérias têm a pretensão de explicar, ensinar, não poupam juízos de valor e opiniões, que ficam explícitos com um narrador livre, que pode ser mesmo pessoal.

Outra justificativa importante para este estudo é que há pouca pesquisa referente à sistematização das ferramentas audiovisuais no jornalismo web. Apesar de ostensivamente utilizado pelos veículos, não há tantos estudos que mostrem como e quais recursos são mais utilizados. Nesta pesquisa, escolhemos pela AV3 (MIRANDA, SIMEÃO, 2014) e suas categorias.

1.3 OBJETIVO GERAL

- Analisar de que forma Vox analisa e apresenta para o leitor a crise na Grécia

1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Apresentar o contexto histórico-econômico-social da crise na Grécia;
- Analisar, da perspectiva dos conceitos de narratologia (MOTTA, 2008), os artigos sobre a Grécia;
- Separar e analisar todas as 46 matérias com *tags* “Greece”, “Greek”, “Tsi-pras” e “Syriza”, no período de 26/01/2015 até 9/7/2015;
- Observar quais elementos da linguagem AV3 (MIRANDA, SIMEÃO, 2014) foram utilizados nas matérias.

2. REFERENCIAL HISTÓRICO: A CRISE NA GRÉCIA

Este trabalho se propõe a analisar de que forma o site Vox noticiou os acontecimentos políticos e econômicos na Grécia durante sete meses. Faz-se necessário realizar, antes de mais nada, um breve panorama da situação política-social-econômica que culminou na crise. É importante ressaltar que não tenho a pretensão de uma análise econômica, apenas uma breve retomada de eventos e possíveis explicações, baseada num conjunto de artigos de jornalistas e especialistas na área.

A Grécia é um país pequeno, com uma parte continental de 131.900 km² e mais de 2.000 ilhas¹³. Segundo o sistema de dados da União Europeia (Eurostat), a população do país em 2015 chegou a 10.800.000 de habitantes¹⁴.

O país, localizado no sul do continente Europeu, entrou para a Zona do Euro em 2001. Apesar de a crise na Grécia ter começado oficialmente em 2009, antes disso o país já sinaliza desequilíbrio nas contas públicas¹⁵. Basicamente, a Grécia estava gastando mais do que arrecadava e pedia dinheiro emprestado para bancos privados europeus, em sua maioria¹⁶. Em uma matéria de fevereiro de 2015 no Vox, o jornalista fala que a Grécia estava vivendo um estilo de vida Europeu de gastos públicos e arrecadando como americanos, ou seja, pouco. O problema veio com a crise de 2008, que faliu bancos, seus maiores credores, e limitou o acesso do país ao crédito.

A crise abalou mesmo as maiores potências ocidentais, mas a Grécia certamente foi muito mais afetada. No final de 2009, o país admitiu que o desequilíbrio fiscal estava insustentável: os gregos alcançaram uma dívida pública de 300 bilhões de euros, cerca de 113% do PIB da época¹⁷.

¹³ <<http://www.nationsencyclopedia.com/economies/Europe/Greece.html>>. Acesso em 25 de outubro de 2015.

¹⁴ <[http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/File:Demographic_balance_2014_\(thousand\)_YB15_II.png](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/File:Demographic_balance_2014_(thousand)_YB15_II.png)>. Acesso em 25 de outubro de 2015.

¹⁵ <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/07/150703_grecia_entenda_crise_fn>. Acesso em 25 de outubro de 2015.

¹⁶ *idem*

¹⁷ <<http://www.bbc.com/news/business-13856580>>. Acesso em 25 de outubro de 2015.

Para evitar que o país afunde em dívidas e leve o resto da Europa, em abril de 2010 a Comissão Europeia, o Fundo Monetário Internacional e a União Europeia – a *troika* – aprovou o primeiro grande pacote de ajuda financeira à Grécia, no valor de 110 bilhões de euros.

Se antes o país já vinha adotando medidas de austeridade, de arrocho, sob a liderança do primeiro-ministro George Papandreou, agora as coisas ficaram ainda mais apertadas para os gregos. A *troika* aprovou esse pacote de resgate com a condição de uma série de medidas de austeridade, como cortes de gastos públicos, aumento da carga tributária e uma polêmica reforma na previdência. Os protestos foram massivos em todo o país.

Em julho de 2011, a União Europeia concede um novo resgate ao país, no valor de 109 bilhões de euros. Meses depois, os líderes da Zona do Euro concordam em perdoar 50% da dívida grega, caso o país aceite um conjunto de medidas de austeridade ainda mais duras. O então premiê, Papandreou, anuncia um referendo para saber se a população aceitaria o pacote. Sob intensas críticas, ele acaba com o referendo, não aceita as medidas e pede demissão do cargo.

Apesar da forte onda de protestos, em fevereiro de 2012, o Parlamento grego aprovou um novo pacote de austeridade para receber outro resgate da União Europeia, no valor de 130 bilhões de euros. As eleições parlamentares de junho já apontam para uma insatisfação do povo grego: partidos de extrema direita e extrema esquerda, com planos anti-austeridade, se destacam. O primeiro colocado nas eleições foi o Nova Democracia, de centro-direita, seguida pelo Syriza, extrema-esquerda, e Pasok, centro-esquerda. Apesar do crescimento dos partidos radicais de direita e esquerda, com discurso anti-austeridade, a chapa vencedora ainda tinha um posicionamento de manter a austeridade.

O ano de 2012 foi marcado por uma série de protestos em todo o país contra as medidas de arrocho. Em setembro, os sindicatos declaram greve geral

e houve confrontos sangrentos com a polícia. Não obstante a insatisfação das ruas, o Parlamento aprova o quarto pacote de austeridade, com aumento de impostos e cortes nas aposentadorias. O ano seguinte foi marcado pelo desemprego e pela recessão: os números mostravam que 60% dos jovens estavam sem trabalho.

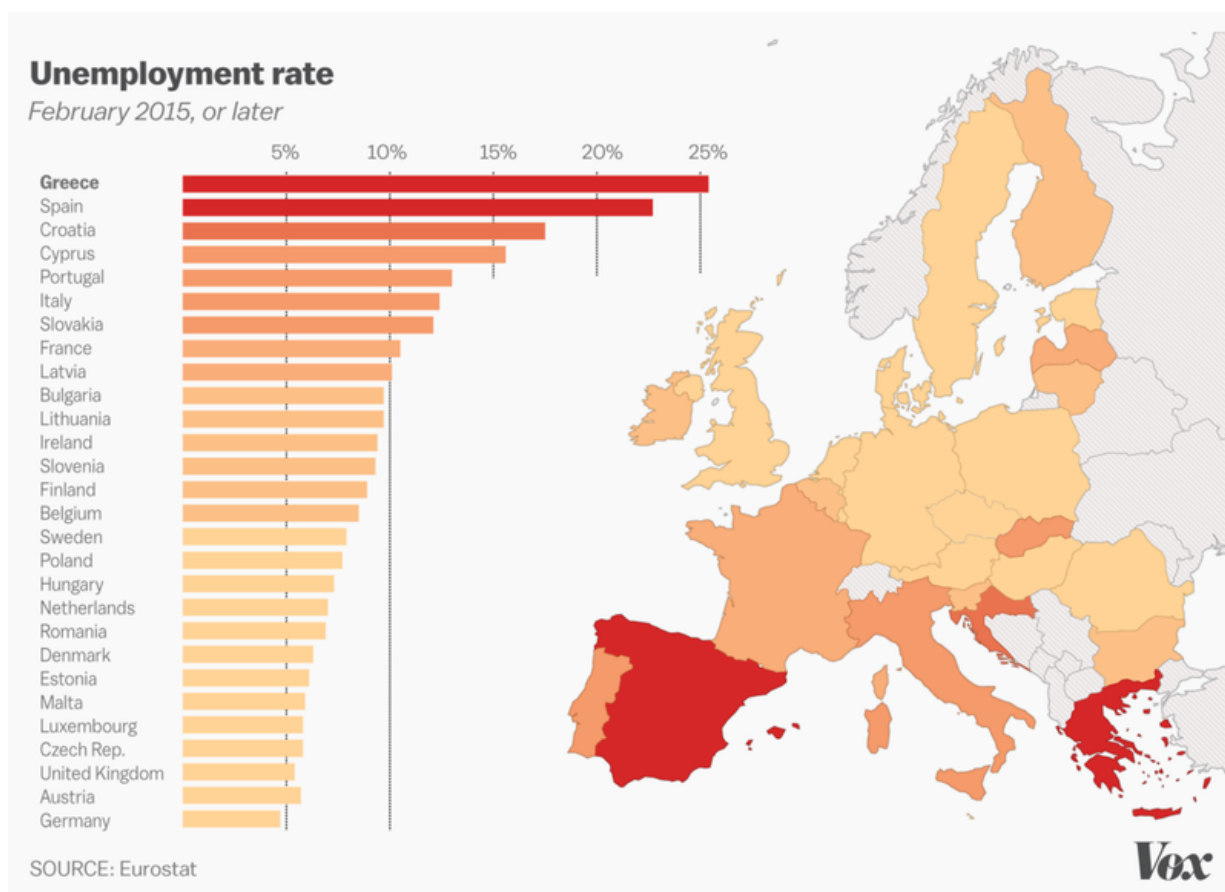


Figura 3: taxas de desemprego na Europa, em porcentagem.

Fonte: www.vox.com

O cenário começa a mudar com as eleições de maio de 2014, quando a coalizão liderada pelo Syriza ganha maioria no Parlamento, com 26,6% dos votos. Neste ano, o PIB do país chegou ao mesmo patamar que ocupou onze anos antes: 179 bilhões de euros, contra 182 bilhões no ano anterior.

Tabela 1: PIB dos países

Países	PIB - 2003*	PIB - 2014*
Alemanha	2.217	2.904
Espanha	803	1.058
França	1.637	2.142
Grécia	179	179
Itália	1.391	1.616
Portugal	146	173
Reino Unido	1.720	2.222

*Em bilhões.

Fonte: Eurostat/2015.

O vencedor do Nobel de Economia de 2008, o norte-americano Paul Krugman, é um dos maiores críticos da austeridade. Para ele, o programa de arrocho imposto pela *troika* não deixou alternativas para o país respirar financeiramente.

Austeridade tem um efeito muito negativo no rendimento de um país que não tem sua própria moeda, e, portanto, não pode simplesmente compensar a queda na demanda com política monetária. Quase não há dúvida de que o enorme déficit reflete nos efeitos adversos da austeridade, a qual o FMI subestimou muito. (KRUGMAN, 2015, tradução livre)

Em dezembro de 2014, os novos deputados deveriam eleger um novo primeiro-ministro, contudo, isso só acontece em janeiro, quando Alexis Tsipras chega ao poder. A Grécia é uma república parlamentar, ou seja, a população elege parlamentares, que por sua vez, elegem o primeiro-ministro. Em 25 de

janeiro, o Syriza arrematou 149 das 300 cadeiras do Congresso e elegeu Tsipras, o líder do partido¹⁸. Foi a primeira vez que um partido de extrema-esquerda chegou ao poder na Europa.

Em artigo publicado no *think tank*¹⁹ Open Democracy, o professor de política europeia da Universidade de Oxford, Jan Zielonka, falou dos desafios e da importância política da vitória do Syriza. Ele afirmou que o partido deu esperança para aqueles que foram as vítimas da crise, a população mais pobre, e para os que torciam pela volta da hegemonia grega, da tomada de decisões dentro do país, não por Berlim ou Bruxelas (ZIELONKA, 2015). Contudo, para Zielonka, a vitória do Syriza assustou muito os mais ricos do país e os europeus (principalmente dos países ao norte), que temiam uma onda de instabilidade política pelo continente.

Syriza é o primeiro partido anti-establishment a ganhar eleições nacionais e seus louros terão um grande valor simbólico para o futuro do continente. Se o governo do Syriza for esmagado pelo mercado financeiro vai ser difícil contestar que a democracia ainda é capaz de controlar o capitalismo. (ZIELONKA, 2015, tradução livre)

A vitória de Tsipras revelou a insatisfação dos gregos com as negociações feitas nos anos anteriores com os credores. Alguma coisa não estava funcionando, afinal a dívida do país cresceu, o desemprego aumentou e a economia simplesmente não melhorou” Matthew Yglesias, do Vox.

¹⁸ < <https://www.opendemocracy.net/can-europe-make-it/iosif-kovras-neophytos-loizides/syriza-radical-left%27s-greek-spring>>. Acesso em 25 de outubro de 2015.

¹⁹ A definição de *think tank* no Wikipedia é: “Think tanks são organizações ou instituições que atuam no campo dos grupos de interesse, produzindo e difundindo conhecimento sobre assuntos estratégicos, com vistas a influenciar transformações sociais, políticas, econômicas ou científicas”. < https://pt.wikipedia.org/wiki/Think_tank> . Acesso em 25 de outubro de 2015.

Os representantes no Banco Central Europeu em Frankfurt e na Comissão Europeia em Bruxelas lideram com isso, até o momento, por uma variedade de táticas de “prorrogar e fingir”. Em outras palavras, foi dada ajuda financeira à Grécia para empurrar a dívida para a frente, mas não suficiente para de fato resolver os problemas da dívida. (YGLESIAS, 2015, tradução livre)

Em fevereiro de 2015, expirava o prazo do último pacote de ajuda financeira da *troika*, no valor de 240 milhões de euros. O mês foi marcado por negociações entre o ministro de finanças grego, Yanis Varoufakis, e ministros de outros países da zona do Euro, como França e Alemanha, e da União Europeia²⁰. Um acordo seria benéfico para os dois lados, pois seguraria mais um pouco a situação financeira dos gregos e impediria o calote aos credores, que faria com que o país fosse expulso da zona do euro. Em 24 de fevereiro, foi anunciado um acordo para estender o resgate aos gregos por mais quatro meses. Em contrapartida, Veroufakis apresentou uma agenda de reformas, que causou repercussão negativa entre os mais radicais do partido²¹. O pacote apresentado pelo ministro de finanças promete, principalmente, aumentar os impostos de serviços administrativos, além de não interromper as privatizações que estavam em ordem desde o mandato anterior (mas eles mantiveram a promessa de não privatizar além do que já estava feito)²².

A conta foi prorrogada, mas chegou para a Grécia em junho. Sem uma nova ajuda financeira dos países europeus, a Grécia não teria como pagar a dívida de 1,6 bilhão de euros ao FMI, de um programa de 2012, que vencia em 30 de julho. Por outro lado, a lista de demandas de austeridade para emprestar mais dinheiro ao país não correspondia ao projeto de governo que Tsipras prometeu levar. Por outro lado, a reforma com medidas de austeridade exigida pelos credores, que garantiria mais dinheiro para a Grécia, não correspondia ao projeto político do Syriza. Os gregos tinham, basicamente, duas opções: ou eles aceitavam as exigências da *troika*, sofriam com austeridade, mas recebiam mais ajuda

²⁰ <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2015/02/grecia-e-eurogrupo-fecham-acordo-sobre-ajuda-financeira-diz-jornal.html>>. Acesso em 25 de outubro 2015.

²¹ <<http://www.theguardian.com/business/2015/feb/24/greece-secures-eurozone-bailout-extension-for-four-months>>. Acesso em outubro de 2015.

²² <<http://www.vox.com/2015/2/24/8098941/greece-reform-deal>>. Acesso em outubro de 2015.

financeira e continuavam na zona do euro, ou eles se recusavam a pagar, não recebiam mais ajuda financeira e saíam da zona do euro. Os credores, por sua vez, levariam calote com essa última opção.

O governo do Syriza decidiu que as medidas impostas pelos credores eram demasiadamente austeras, mas optou por deixar a decisão nas mãos do povo grego e convocou um plebiscito para 5 de julho, um domingo. No final do dia, as urnas reafirmaram o apoio da população a Tsipras: 61,3% dos eleitores rejeitaram as exigências da *troika*. Na segunda-feira, o ministro das finanças, Varoufakis, conhecido pela “rebeldia”, pediu demissão. Segundo ele disse em uma carta publicada nas redes sociais, sua ausência ajudaria nas conversas dos gregos com os países europeus, que não o viam com bons olhos. Mas ele também fez questão de ressaltar que o plebiscito não deixou de ser uma enorme vitória: “O plebiscito ficará na história como momento único em que uma pequena nação europeia se levantou contra a escravidão da dívida” (VAROUFAKIS, 2015).

Dois dias depois da vitória anti-austeridade de Tsipras, foi dado o ultimato pelo Conselho Europeu: até o fim daquela semana, eles deveriam chegar a um acordo, caso contrário a Grécia poderia ser expulsa da zona do euro²³.

Em seguida, os países retomaram as conversas e em 10 de julho, Tsipras surpreendeu a todos quando foi ao Parlamento pedir pela aprovação do pacote de medidas fruto das últimas negociações. Com um discurso muito mais ameno, ele insistia que essas reformas seriam necessárias para que o país continuasse na zona do euro e não quebrasse financeiramente – o pacote financeiro prometido era de 2 bilhões de euros²⁴.

²³ <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2015/07/lideres-europeus-se-reunirao-no-domingo-para-discutir-crise-da-grecia.html>>. Acesso em outubro de 2015.

²⁴ <<http://news.yahoo.com/greeces-tsipras-faces-first-test-since-bailout-rebellion-062937897--finance.html>>. Acesso em outubro de 2015.

Após uma madrugada de discussões, o Parlamento grego aprovou o pacote de austeridade de Tsipras que, entre outras coisas, aumentava os impostos e privatizava a companhia de energia elétrica grega²⁵. Votaram pelo “sim” 251 parlamentares, e pelo não, 32 – oito se abstiveram. A aprovação, contudo, não veio sem protestos, principalmente de participantes mais radicais do Syriza, que chamaram o acordo de “humilhante”²⁶, em uma nota assinada por 201 membros do partido.

Para melhor esclarecer a situação da Grécia nestes meses, a contextualização acima foi além do recorte temporal feito nesta pesquisa. A narrativa do Vox será analisada até o dia 9 de julho, dias depois do plebiscito, mas antes de Tsipras ir ao Parlamento.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 COMUNICAÇÃO, JORNALISMO E *NEW MEDIA*

No final da década de 1970, a Organização das Nações Unidas passou a tratar de um tema ainda pouco explorado: o fluxo de informação do mundo. Por iniciativa da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), as pesquisas culminaram na publicação do mais completo relatório já feito sobre comunicação até hoje, “um Mundo, muitas vozes - comunicação e informação na nossa época” (RAMOS, 2005, p. 21), que ficou conhecido como o Relatório McBride. O título é uma referência direta ao presidente da Comissão Internacional para o Estudo dos Problemas da Comunicação, Séan McBride, vencedor do Nobel da Paz de 1974. O estudo apontou para um fato que é válido 31 anos depois: a unidirecionalidade do fluxo de informação. Ou seja, a comunicação além de ser impositiva e não atuar como uma “via de mão dupla”, tem um número restrito de fontes de informação:

²⁵ <<http://www.independent.co.uk/news/world/europe/greece-debt-crisis-pm-alexis-tsipras-steers-bailout-reforms-through-parliament-but-now-he-faces-a-10391883.html>>. Acesso em outubro de 2015.

²⁶ <<http://www.reuters.com/article/2015/07/15/us-eurozone-greece-idUSKCN0PP0YO20150715>>. Acesso em outubro de 2015.

Sem um fluxo bidirecional (*de ideias, informação*) entre os participantes do processo (*comunicacional*), sem a existência de múltiplas fontes de informação, permitindo um espectro mais amplo de seleção, sem a oportunidade de cada indivíduo para tomar decisões baseadas num leque de fatos divergentes e diferentes pontos de vista, sem a crescente participação dos leitores, telespectadores e ouvintes na tomada de decisões e na programação de atividades da mídia - a verdadeira democratização não será uma realidade (UNESCO, p. 174, tradução livre)

Ainda hoje, a comunicação sofre de alguns dos males, como monopólio e oligopólio, relatados por McBride (RAMOS, 2005). Entretanto, pode-se observar a forma com que o surgimento da web modificou a relação da sociedade com o jornalismo. Podemos dizer que a internet democratizou a comunicação, no sentido de ampliar o acesso a diferentes fontes e aumentou a interação do público com os jornalistas – o que não acabou, mas diminuiu o fluxo unilateral de informação. E possibilitou uma “multiplicação do fluxo de comunicação que passa a ser de todos para todos” (RENAULT, 2014, p. 116).

O surgimento da tecnologia digital mudou até mesmo a forma como a sociedade se relaciona: surgiu o ambiente chamado de ciberespaço. Para Pierre Lévy (1999, apud RENAULT, 2014), esse conceito é um “novo espaço de comunicação, sociabilidade, de organização e de transação, mas também novo mercado da informação e do conhecimento” (1999, apud RENAULT, 2014, p. 113). Dessa forma, podemos entender que a web produz conteúdo que será consumido no ciberespaço – e é nesse ambiente novo de informação, comunicação e sociabilidade que surge o Vox.

Em 1964, os principais autores da Escola canadense, Marshal McLuhan e Harold Innis, anteciparam conceitos de globalização ao propor a *aldeia global*: uma sociedade moderna, em que a tecnologia tomaria proporções enormes, interligando a todos. McLuhan postula que “a nova interdependência eletrônica recria o mundo à imagem de uma aldeia global” (1962, p.58). Mesmo sem conhecer a internet, o autor consegue compreender sua essência, de certa forma.

Mais à frente, McLuhan afirma que “o meio é a mensagem”, e atribui à tecnologia enorme relevância, propondo-a como um meio de extensão do homem. Ele prioriza o estudo do meio em detrimento do estudo do conteúdo mensagem, indicando que “o mesmo conteúdo em diferentes meios, terá efeitos diferentes” (MARQUES, 2015). Aplicando estes conceitos ao presente estudo, podemos analisar de que forma novas ferramentas tecnológicas mudam a forma como a história é contada, ou seja, como os vídeos, infográficos ou textos do Vox podem contar uma versão sobre determinado episódio da crise na Grécia. Nesse ponto, utilizarei os critérios de análise da narratologia e da animaverbivocovisualidade, explicados mais à frente.

O autor inglês Richard Barbrook sinalizou para a importância de se problematizar a internet. Para ele, trata-se de uma “ferramenta útil, não uma tecnologia redentora” (BARBROOK, 2009, apud MAGALY, 2011, p. 8).

A chegada da sociedade da informação não precipitou uma transformação social mais extensa [...]. Ao contrário do que diziam as doutrinas do mcluhanismo, a convergência das mídias, das telecomunicações e da computação não libertou - e nunca libertará - a humanidade. (BARBROOK, 2009, apud MAGALY, 2011, p. 8)

Os marxistas da Escola de Frankfurt (MARQUES, 2015) acreditavam que a comunicação era uma forma de dominação sobre o proletariado, contudo, ao passo que a internet subverte o poder dos grandes comunicadores, ela quebra um pouco a hierarquia e controle de informação. Mesmo que traga democratização, a web transpõe, na minha perspectiva, o *status quo* da sociedade *offline*: de uma forma sutil, aparecem signos e hierarquias, mesmo que seja no acesso a determinada informação. O Vox, por exemplo, propõe um conteúdo didático sobre assuntos complicados, quem quiser ter acesso a esse conteúdo precisa, necessariamente, falar inglês, por exemplo.

3.1.1 *New Media*

De acordo com os conceitos do professor do *Center for New Media* da Universidade de Columbia, John Pavlík, *new media* é a “convergência entre computadores, telecomunicações e os meios tradicionais de comunicação” (PAVLÍK, 2000). O termo diz respeito a um novo tipo de mídia, que é uma síntese de todas as outras e mais algumas novas. A internet faz parte da *new media*, mas não são sinônimos. Apesar da definição não tratar exclusivamente do jornalismo, utilizarei neste estudo *new media* como sinônimo de todos os veículos novos, nascidos na era digital, que trabalham com essas novas ferramentas digitais disponíveis. O *Vox* faz parte, portanto, da *new media*. Em seu livro “Journalism and New Media”, Pavlik (2001) sugere quatro áreas de impacto da *new media* no jornalismo: a natureza do conteúdo, a forma de trabalhar dos jornalistas, a estrutura da redação e da indústria de mídia e a forma como jornalistas se relacionam com o público e vice-versa.

Renault (2014) dialoga com Pavlik no que diz respeito às mudanças no jornalismo, acarretadas pelas novas tecnologias. O livro da autora, *Webtelejornalismo* (2014), trata especificamente do jornalismo audiovisual na web, entretanto, quando ela postula que o “ciberespaço e a web trouxeram novo paradigma à produção e à relação entre telejornal e o cidadão” (RENAULT, 2014, p. 116), podemos transpor isso para o webjornalismo.

Assim como Pavlik, Renault acredita que a web rompeu a forma com que os jornalistas se relaciona com seu público. Para os autores, ela criou uma verdadeira interatividade. A web sinalizou o fim das limitações da mídia tradicional (RENAULT, 2014), ampliando o acesso a diferentes tipos de conteúdo pela população.

A relevância que o *Vox* atingiu, rapidamente, no meio foi reconhecida no Relatório de Inovação do *New York Times* de março de março de 2014, que deveria ser apenas para circulação interna da empresa, mas acabou vazando. O documento de quase 100 páginas pontua a importância e influência mundial do veículo no jornalismo de qualidade, mas ressalta que a empresa está ficando

para trás da competição no mundo digital – apesar do *The New York Times* ser um dos pioneiros em jornalismo online, em 1996²⁷.

O Relatório de Inovação mostra um diagnóstico de como e para quem o veículo perde espaço em inovações na web. O primeiro grupo de ameaça são os jornais tradicionais, assim como ele próprio, que têm dado uma atenção especial à sua versão online. “Digital primeiro é o novo mantra da velha”, afirma o relatório (2014, p. 60). O *The Wall Street Journal*, por exemplo, criou uma repartição especializada na audiência, com editores e analistas de mídias sociais, segundo o relatório. O segundo grupo de competição é os *new media*, nativos do mundo digital. A competição para o *The New York Times*, segundo o estudo é: *USA Today*, *Huffington Post*, *BuzzFeed*, *The Wall Street Journal* e *Vox Media*.

O Relatório avalia que um dos problemas da empresa é a falta de investimento criativo, não financeiro, em novas ferramentas e *templates*, enquanto essa é uma prioridade para a mídia digital, “nativa”, como chamam no Relatório de Inovação (2014, p.36). Eles chamam de *incumbents* (titulares) o grupo de veículos que focam em melhorar a qualidade do produto e, assim, ficam bem acima da média do exigido pelos consumidores – eles se encaixam aqui. Há, então, os *disruptors* (desruptores), que, inicialmente, não parecem ser uma ameaça e apresentam produtos de baixa qualidade. Entretanto, chega um momento em que eles melhoram o produto o suficiente para ser aceitável pelo consumidor e tomam o mercado dos *incumbents*. Características típicas deste grupo de *disruptors*, segundo o relatório, são: inicialmente de qualidade inferior à competição; introduzidos por alguém de fora mercado; mais baratos que produtos existentes; foco em um novo público-alvo, pouco explorado; e avançados em novas tecnologias. Para o estudo, *disruptors* são os sites: *Politico*, *Buzzfeed*, *Business Insider*, *Twitter*, *Vox Media*, entre outros.

²⁷ <<http://www.nytc.com/who-we-are/culture/our-history/#2000-1971-timeline>>. Acesso em 22 de setembro de 2015.

3.2 NARRATOLOGIA

A narratologia é um ramo da teoria literária em que se estuda, evidentemente, a narrativa. Um dos grandes nomes é Tvetan Todorov (COSTA, LIMA, MOTTA, 2004). O autor russo propõe uma metodologia de análise estruturada da narrativa, em que há cinco etapas: situação inicial, na qual o narrador apresenta o cenário e o contexto da narrativa ao leitor; desequilíbrio, no qual surgem fatos que desestabilizam a história; transformação, em que o quadro inicial está completamente mudado, chegando ao clímax; resolução, na qual a narrativa começa a sinalizar para um desfecho, mas as consequências da transformação já são irreversíveis; e a situação final, o epílogo, em que a estabilidade é retomada. Analisando essas etapas, pensamos facilmente em uma história de um filme ou livro. Mas o interessante é que alguns autores do jornalismo conseguiram transpor um pouco desses conceitos – adaptados, claro – para estudar as notícias, através da ótica da narrativa. Com isso, conseguimos observar de que forma um conjunto de notícias, seja de um assassinato ou de algo mais complexo, como a crise financeira na Grécia, tece a história, ou determinada versão dos fatos.

Neste estudo, utilizarei a metodologia de Luiz Gonzaga Motta (2008) para a análise pragmática da narrativa jornalística. Tal como na literatura, ele propõe encontrar o enredo, os personagens principais, o clímax etc. A narratologia se propõe a fazer uma análise simbólica da notícia, pois compreende que há mais que apenas fatos no texto, vt, sonora, etc.

A produção de uma notícia se dá em um determinado contexto e é importante perceber a forma como isso se impõe no produto final. Fazer um estudo da narrativa é compreender que elas são “forma de exercício de poder e de hegemonia nos distintos lugares e situações” (MOTTA, 2008, p.3).

Para Motta (2008), estudar a narrativa é descobrir os “dispositivos retóricos utilizados pelos repórteres e editores” que tem a capacidade de revelar recursos linguísticos ou extralinguísticos para causar determinado efeito no público. Mesmo que esses efeitos sejam sutis ou não intencionais, eles estão presentes.

Em “Notícia e construção de sentidos: análise da narrativa jornalística” (2004), Costa, Lima e Motta ressaltam que não se pode ignorar os aspectos da profissão e do próprio jornalista na análise, as particularidades de cada autor. Portanto, eles propõem que se faça uma análise do narrador, antes de tudo. Neste estudo, começamos por introduzir o que é o *Vox*, como ele surgiu e como funciona. Desta forma, o leitor estará mais situado quando for analisar a narrativa que o site compõe, mais à frente.

Motta, Lima e Costa (2003) também ressaltam que o jornalismo ajuda a criar um imaginário coletivo na sociedade, através de seus símbolos e significados, impressos nas notícias (mesmo que sutilmente). A narratologia, para eles, é uma “etnologia da notícia” (Costa, Lima, Motta, 2004, p. 34), não apenas dos fatos. “As notícias narram não apenas os fatos historicamente localizados, mas constroem a realidade social re-significando-a mediante elementos presentes no universo cultural”. (MOTTA apud COSTA, LIMA, MOTTA, 2004, p. 34)

Mesmo que se faça esse paralelo com a literatura, é importante frisar que em momento algum os autores consideram as notícias ficção, na análise da narrativa. Eles reconhecem o compromisso com os fatos e o contrato com a verdade, que é essencial na profissão para sua credibilidade com o público. Entretanto, muitas vezes se cria uma “ilusória crença” de que as notícias seriam apenas fatos, não uma “construção em forma de linguagem, sujeita a todas as suas imperfeições” (COSTA, LIMA, MOTTA, 2004, p. 35).

Para começar uma análise jornalística, é preciso da construção de um enredo, e logo, uma notícia apenas não basta. Até porque, desta forma, não seria possível compreender a construção simbólica do imaginário, feito ao longo das notícias. Os autores chamam o conjunto de notícias de relato da história recomposta.

Partindo do entendimento da notícia como um produto cultural de caráter ritualístico e antropológico, propomos a recomposição de enredos em torno de temas que se mantêm no noticiário durante dias, semanas ou meses seguidos. (COSTA, LIMA, MOTTA, 2004, p.32)

Sob a compreensão de que a narrativa é um “dispositivo de argumentação entre sujeitos”, Motta (2008, p.4) propõe uma metodologia para a análise pragmática do conteúdo jornalístico, elencada em seis etapas ou movimentos, como ele chama.

1) Recomposição da intriga ou acontecimento jornalístico:

Deve-se separar todas as matérias na ordem dos acontecimentos e criar uma narrativa histórica, cronológica. Organizar os fatos na ordem da história a ser contada.

2) Identificação do conflito e da funcionalidade dos episódios:

Em seguida, o autor fala para identificar conflitos principais e secundários na trama. É preciso identificar e nomear cada episódio, por exemplo: desfecho, clímax, etc. Qual o episódio de suspense? Como fica exposta essa tensão na matéria? Há também o uso de flashbacks ou analepses, em que o autor relembra o que já aconteceu até esse ponto da história. No caso do Vox, as notícias são frequentemente acompanhadas de um “entenda mais”, vídeos, *card stacks*, etc.

3) Construção de personagens jornalísticos:

Primeiramente, é preciso identificar quem são os personagens do enredo. Motta cita as seis categorias de Reuter (2002, apud MOTTA, 2008, p. 42) para distinguir e hierarquizar as personagens, de acordo com o seu “fazer” e o seu “ser”: qualificação diferencial, funcionalidade diferencial, distribuição diferencial, autonomia diferencial, pré-designação convencional e comentário explícito.

Em seguida, deve-se analisar as marcas, os vestígios do narrador no texto. Como ele quer que os leitores/as leitoras encarem a personagem? Motta exemplifica esta etapa com o currículo, em que cada um escolhe o que mostra e em que ordem mostra, o que é mais importante.

4) Estratégias comunicativas:

Neste movimento, o autor propõe dois tipos de estratégia para análise do texto:

- a. Estratégias de objetivação: é a construção de efeitos para dar o tom de realidade; estratégias para afirmar o real, a verdade e o presente, ao passo que passado e futuro perdem força; não obstante deixam de lado a narrativa para ter um maior compromisso com a veracidade, com a precisão; uso de determinados recursos linguísticos dão a impressão de que não há mediação entre os fatos e o leitor, mas Motta ressalta: “a objetividade é uma estratégia argumentativa” (MOTTA, 2008, p.10); o autor propõe identificar a precisão e objetividade através de recursos linguísticos como substantivos utilizados, etc. É uma estratégia identificável em matérias de *hard news*, com lide estruturado, objetivas.
- b. Estratégias de subjetivação: é a construção de efeitos poéticos no texto; ao contrário da intencionalidade da objetivação, neste caso, a narrativa irá propor um caminho da história e o leitor irá compreender e ressubjetivar conforme preferir; os recursos linguísticos levam o leitor a um momento catártico, frequentemente emociona; maior atenção a substantivos, adjetivos e verbos de sentimento. É uma estratégia comum em matérias sentimentais ou simplesmente com maior liberdade literária, mais lúdica.

5) A relação comunicativa e o “contrato cognitivo”:

Luiz Gonzaga Motta ressalta neste penúltimo momento, a característica básica da comunicação e intrínseca na narrativa, a via de mão-dupla. Nesta análise, entendemos que a compreensão de uma narrativa depende tanto do narrador quanto do público, chamado narratário por Motta. Ou seja, é importante o “jogo de intencionalidade do narrador e as interpretações e reconhecimentos da audiência” (MOTTA, 2008, p.12). A perspectiva é de que forma o narrador vai produzir o sentido e de que forma o leitor vai compreendê-lo.

Portanto, a narratologia vai depender dos dois sentidos, as intenções do narrador, que identificamos nos outros movimentos, e a interpretação do público.

Motta traz a Teoria da Recepção (MESQUITA, 2002, apud MOTTA, 2008, p.7) para melhor explicar essa parte: nunca se pode contar os fatos na sua forma completa, assim, sempre há hiatos nas notícias; o narrador seleciona o que deve e o que não deve entrar, assim, o leitor preenche esses buracos de informação da forma que ele acha melhor, com sua própria memória, com o que já vivenciou, seu *background*.

Mesquita (idem) nomeia, neste momento, a relação de credibilidade entre jornalistas e público, chamando de “contrato-cognitivo”. Independente dessas possíveis lacunas ou da forma como se constrói a narrativa, há um acordo informal, implícito, estabelecido entre as duas partes, que permite a produção - e a leitura - da notícia. Isso só é possível graças à estabilidade que o contrato gera, que parte do pressuposto de credibilidade e verdade dos jornalistas.

6) Metanarrativas:

Este é possivelmente o momento mais sociológico da análise pragmática. O produto jornalístico, para o autor, tem como pano de fundo valores morais. A narrativa constrói e ajuda a manter o status quo das “fábulas socioculturais”, como chama. Mesmo as narrativas mais objetivas têm significado de fundo moral ou de fábula. “É nesse nível cultural e simbólico que podemos entender as narrativas como mimese em toda a sua amplitude: compreender como a arte imita a vida e como a vida imita a arte” (MOTTA, 2008, p. 12).

3.2.1 Narrativa no online

O autor norte-americano John Pavlik, há quase 15 anos, já sinalizava para a mudança na narrativa jornalística na web. Em seu livro “Journalism and New media”, ele fala que a narrativa ganhou novas proporções no online, em que se criou um ambiente mais contextualizado, com mais “textura”, em que é mais fácil chegar perto da inatingível objetividade (PAVLIK, 2001). A internet abriga não apenas as mídias tradicionais (texto, fotos, gráficos, audio, vídeo, etc), como se abre para uma nova gama de possibilidades. Todas essas ferramentas enriquecem a narrativa jornalística e tornam a história mais completa do que nunca (PAVLIK, 2001).

O que está surgindo é um novo tipo de narrativa que vai além da romântica e inatingível meta de pura objetividade no jornalismo. Esse novo estilo irá oferecer à audiência uma mistura complexa de perspectivas nas notícias e eventos que serão muito mais texturizadas que qualquer ponto de vista (PAVLIK, p. 24, tradução livre)

Essa nova forma de narrativa jornalística online foi cunhada de “jornalismo contextualizado”, por Pavlik. O autor conceituou cinco aspectos ou dimensões básicas deste tipo de narrativa:

- 1) Modalidades da comunicação: novas ferramentas que permitem ao jornalista contar a história da forma mais adaptada o possível, sem as limitações do analógico. Para ilustrar, o autor fala das fotos 360°, famosas na época da publicação do livro. Segundo Pavlik, elas poderiam tornar qualquer matéria sobre segurança ou sobre uma manifestação mais completa, porque o público veria, de fato, todos os ângulos da situação. Contudo, não há (havia, porque hoje, 15 anos depois, o jornalismo online já é bem mais aberto às novas ferramentas) tradição nas redações online de criar conteúdo multimídia, principalmente daquelas que têm um análogo impresso; senão, as redações não têm (tinham) treinamento ou recursos para tornar seu conteúdo mais multimídia.
- 2) Hyperlink: foi um dos aspectos mais facilmente assimilados pelo jornalismo online. Não há hoje matérias que não tenham hyperlinks. No livro, Pavlik dá o exemplo de duas coberturas diferentes de quando se tornou público em 1998 o relatório do FBI sobre uma possível ligação de Frank Sinatra com a máfia. O primeiro caso, é a cobertura do *The New York Times*: eles leram todo o relatório, de pouco mais de 300 páginas, e fizeram uma matéria essencialmente textual, assim como poderia ser publicada no impresso. Já a APBNews, uma empresa nova na época, nascida no online, utilizou o relatório original (que estava disponível na internet) e

fez marcadores e comentários nas partes mais importantes. Ou seja, era um conteúdo mais interativo e com maior credibilidade: o público navegava pelo relatório original e tinha acesso ao conteúdo jornalístico ao mesmo tempo.

- 3) Envolvimento da audiência: atualmente, a participação do público é ainda maior na produção jornalística. Mas na época Pavlik ressaltava a importância de uma narrativa imersiva, que trazia o público para o local do acontecimento. Antes de uma geração tecnológica que disponibiliza para o público imagens de satélite, em que qualquer um pode navegar nestas zonas de acesso (que são quase todas no mundo), Pavlik já falava de importância de trazer as pessoas para um ambiente tridimensional.
- 4) Conteúdo dinâmico: esta é, provavelmente, a característica mais difundida do jornalismo online. O conteúdo é mais fluido e dinâmico, sendo constantemente modificado e atualizado. As pessoas querem o que está acontecendo, no momento em que está acontecendo.
- 5) Personalização: na web, você pode ter acesso ao conteúdo do seu interesse mais facilmente, como notícias sobre o time de futebol. Esse tipo de personalização não é possível em nenhuma das outras mídias, que dialogam com o público de uma forma mais abrangente. Ainda assim, o autor ressalta que as matérias de maior relevância global, independente dos interesses particulares do público, sempre estarão também ao alcance.

John Pavlik é um dos grandes defensores das novas ferramentas como auxiliares do trabalho jornalístico. Para ele, a soma das mídias torna a notícia mais completa e tridimensional, informando melhor o público e deixando que cada um tire suas próprias conclusões do acontecimento.

Jornalismo contextualizado pode trazer uma variedade de possíveis benefícios para os cidadãos e para a democracia, incluindo reportagens mais engajadas, informações mais completas, e notícias que refletem melhor as complexidades e nuances de uma sociedade cada

vez mais diversa e plural. A democracia depende de um cidadão informado. (PAVLIK, 2001 p. 23, tradução livre)

3.3. ANIMAVERBIVOCOVISUALIDADE

Um dos conceitos-chave deste estudo é o de animaverbivocovisualidade (MIRANDA, SIMEÃO, 2014), ou AV3, fruto de dez anos de pesquisa e publicado no ano passado. Guardadas as proporções da teoria, tentarei analisar as matérias do *Vox* sob a perspectiva dos sete elementos do AV3.

No texto que postulou esse novo conceito, os autores definiram AV3 como um novo tipo de linguagem, graças às novas tecnologias, em que há inúmeras possibilidades e hibridismo de formatos. É um modelo de convergência dos sentidos, tornando a comunicação mais fluida. Outra característica importante é a ubiquidade - termo que os autores pegaram emprestado da teologia, que significa “estar presente em toda parte, em todo tempo”²⁸. “O AV3 é finalmente um tipo de linguagem que se apresenta por meio de convergência de tecnologia, complementada pelo hibridismo de formatos e registros, que desperta uma ação criativa integradora de sentidos”. (MIRANDA, SIMEÃO, 2014, p. 50).

Para melhor explicar, os autores traçam uma relação com a poesia pós-moderna, onde surge a mensagem multimídia. Os poetas nos anos 1990 trabalham com uma composição de letras, gestualidade, vídeo, música, etc. Segundo os autores, esses diferentes elementos compõem uma “arquitextura” (MIRANDA, SIMEÃO, 2014, p. 51), que definem como “uma combinatória de elementos animaverbivocovisuais”.

Entretanto, de que forma a soma das mídias modifica ou ajuda no crescimento das artes? Flertando com a semiótica de Peirce, Meneses (1998, apud

²⁸ Definição do dicionário Aurélio online <<http://dicionariodoaurelio.com/ubiquidade>>. Acesso em 12 de setembro de 2015.

MIRANDA, SIMEÃO, 2014) fala que a poesia intersignos, trabalhada na “arquitextura” de Miranda e Simeão, rompe o significado da imagem para fora da palavra, ou seja, acrescenta significados para além da “automação que nós temos na observação das informações visuais” (MIRANDA, SIMEÃO, 2014, p. 51). Mais além, há Rocha (2007, apud MIRANDA, SIMEÃO, 2014) afirmando que as novas formas de interação entre o público e as obras atraem mais pessoas aos museus. Essa relação pode ser transposta para as mais diversas áreas: um conteúdo interativo multimídia alcança um público maior – não necessariamente passa a mensagem com maior eficiência, mas no mínimo alcança este público.

Essa linguagem (AV3) vem potencializando a composição das estruturas de informação, tornando-as mais complexas e ecléticas em termos de conteúdo e, ao mesmo tempo, cada vez mais “encantadoras” e sedutoras não somente ao “olhar”, mas a uma percepção integrada de todos os sentidos. (MIRANDA, SIMEÃO, 2014, p. 50)

No texto, Miranda e Simeão conferem um poder transgressor e transformador ao capital, à tecnologia e à multiplicação de comunicação de massa. Os autores não problematizam suficientemente os limites das novas tecnologias, a democratização relativa da internet. Entretanto, é interessante quando destacam que os cientistas da informação, além de “mediadores”, são facilitadores de conhecimento. Essa concepção pode dizer respeito ao trabalho dos jornalistas, principalmente nos paradigmas pedagógicos estabelecidos no Vox.

Os autores do AV3 propõem sete elementos de análise do modelo, para além de “perfil e contexto de produtos” (MIRANDA, SIMEÃO, 2014, p. 54), em que podemos traduzir como linha editorial e contexto socioeconômico do veículo. Os elementos são:

1- Hipertextualidade: “direcionamento intertextual”; o relacionamento do conteúdo recente a conteúdos antigos, através de links.

2- Hipermídiação: junção de diferentes mídias e formatos para agregar à informação.

3- Interatividade: diálogo entre o público e o produtor de conteúdo ou entre membros do público; “interação do sistema com seus usuários”.

4- Hiperatualização: renovação, atualização constante do conteúdo (conteúdo original sempre será obsoleto); composição coletiva, um usuário manda foto, outro manda vídeo, etc.

5- Mobilidade: comunicação em movimento; transmitir e receber conteúdo em dispositivos móveis (tablets, celulares); o conteúdo pode estar adaptado em um aplicativo ou não.

6- Ubiquidade: antes, um lugar, objeto ou momento dependia do armazenamento do registro, hoje pode-se (re)visitar um lugar, objeto ou momento, graças às novas tecnologias; “o disponível torna-se ubíquo e múltiplo, acessível de qualquer lugar, dependente dos recursos e das habilidades dos usuários” (MIRANDA, SIMEÃO, 2014, p.57).

7- Multivocalidade: sob o conceito de “inteligência coletiva”, do filósofo Levy (1999, apud MIRANDA, SIMEÃO, 2014), as novas tecnologias apresentam as ferramentas para construção coletiva do conhecimento; trabalho intelectual construído por inúmeros e diferentes pontos de vista, mesmo que sejam contraditórios, criando um saber mais plural e democrático (é importante ressaltar que as novas tecnologias, como a internet, são apenas ferramentas, cujo uso depende inteiramente da habilidade de quem a usa).

Em suma, a animaverbivocovisualidade é a convergência de técnicas, ferramentas, criando um conhecimento expansivo. Transpondo especificamente para o jornalismo, podemos interpretar o AV3 como a síntese dos diferentes formatos multimídia e de formas de discurso, construindo uma informação mais ampla, complexa e completa.

4. METODOLOGIA

Como já foi falado nos capítulos anteriores, este estudo irá analisar a forma como o site Vox narrou os desdobramentos da crise financeira grega em 2015.

Sob a perspectiva da narrativa, utilizarei os critérios estabelecidos por Motta (2008) de análise pragmática da narratologia. No capítulo de análise neste estudo, cada característica estará traçada de acordo com os movimentos propostos por Motta.

Como já mencionado anteriormente, para se fazer uma análise jornalística, da perspectiva da narrativa, é preciso construir um enredo, e logo, uma notícia apenas não basta. É preciso compreender de que forma o autor ou a autora teceu ao longo do tempo os fatos, formando uma construção sociocultural, com símbolos e significados próprios. O jornalismo contribui na construção de um imaginário coletivo na sociedade (COSTA, LIMA, MOTTA, 2003).

Para a análise pragmática da narratologia, Motta (2008) propõe seis movimentos, ou seis características:

- 1) Recomposição da intriga ou evento jornalístico: Elegemos as matérias de 26/01/2015 até 15/07/2015, que falam da crise econômica e da dívida da Grécia, desde quando o premiê Tsipras assumiu o cargo até o plebiscito para decidir se o país deixaria a zona do euro ou não;
- 2) Identificação do conflito e da funcionalidade dos episódios: No caso da Grécia, atinge-se o clímax no plebiscito de julho, em que o governo perguntou à população se ela aceitaria as exigências dos credores europeus²⁹. Os gregos decidirão pelo “sim” ou pelo “não” no plebiscito? No

²⁹ A questão feita posta no plebiscito foi: *“Deveria ser aceito o plano de acordo, que foi submetido pela Comissão Europeia, o Banco Central Europeu e o Fundo Monetário Internacional no Eurogrupo de 25/06/2015 e composto por duas partes, que constituem sua proposta unificada? O primeiro documento é chamado “Reformas para a conclusão do atual programa e além” e o segundo “Análise preliminar de sustentabilidade da dívida”.*
NÃO ACEITO / NÃO

momento do clímax, frequentemente o autor ou a autora faz uso de analepses. No caso das matérias do Vox sobre a Grécia, sempre há “entenda mais” e vídeo;

- 3) Construção de personagens jornalísticos: Identificamos quem são os personagens na história de acordo com as categorias criadas por Reuter (2002, apud Motta, 2008): qualificação diferencial, funcionalidade diferencial, distribuição diferencial, autonomia diferencial, pré-designação convencional e comentário explícito;
- 4) Estratégias comunicativas: Analisamos as estratégias de objetivação ou subjetivação. Crises financeiras têm histórias tristes, que muitas vezes são exploradas pela mídia, para emocionar o leitor ou a leitora. O Vox, contudo, não faz uso dessa estratégia narrativa, não há efeitos poéticos ou literários. Nas matérias, a linguagem não é formal, mas tampouco propõe um efeito catártico;
- 5) A relação comunicativa e o “contrato cognitivo”: como a comunicação é uma via de mão dupla, observamos se essa característica está presente nas matérias do Vox. Há interação entre o público e o autor ou autora?
- 6) Metanarrativa: Quais as fábulas socioculturais imprimidas nas matérias analisadas? Como o contexto do autor ou autora ou da empresa em si, norte-americano, moderno e jovem, traduz-se no texto? Quais os valores que o autor ou a autora passam na narrativa?

Para esse estudo, foram selecionadas todas as matérias que falassem sobre crise na Grécia no Vox. No período de sete meses (de 26/1/2015 até 9/7/2015, mais especificamente), foram encontradas 46³⁰ matérias sobre o assunto. A justificativa para esse recorte temporal é que se tratou de um período que abrange

ACEITO / SIM.” <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/07/150704_pergunta_referendo_grecia_rb>. Acesso em 15 de outubro de 2015.

³⁰ Com os *tags* (*Greek, Greece, Tsipras, Syriza*) encontramos 56 matérias. Entretanto, nove delas são “Vox Sentences”. Esse tipo de artigo sai todos os dias no Vox, com as notícias mais importantes do dia. É uma espécie de resumo, ou como eles explicam no próprio site: “boletim de notícias esmiuçando as histórias mais importantes do dia” (tradução livre). O ou a repórter faz uma espécie de resumo/colagem de poucas linhas de uma matéria – de outro veículo – sobre determinado assunto que, junto com outros resumos/colagens, monta uma narrativa ou história

dois momentos importantes, nos quais podemos construir uma narrativa interessante: da posse de Tsipras ao plebiscito. Além disso, é importante para a pesquisadora fazer um recorte no estudo, não sendo possível estudar mais que estes sete meses. O ano de 2015 foi cheio de conflitos e momentos de tensão para a Grécia, o recorte foi dado em um momento que abrange dois episódios chave, criando uma narrativa coerente, sem se prolongar nos demais episódios de tensão. Os *tags* procurados foram: *Greece, Greek, Syriza, Tsipras*.

Outra metodologia para desconstruir a narrativa do *Vox* que utilizarei neste estudo é a animaverbivocovisualidade, ou AV3 (MIRANDA, SIMEÃO, 2014). Como explicado no capítulo anterior, o AV3 é uma forma de separar e identificar os recursos utilizados para informar de maneira não-textual, audiovisual, como infográficos e vídeos. Enfim, é uma forma de destrinchar a matéria multimídia. O objetivo é observar como isso contribui para a compreensão da mensagem que se quer passar. No caso, um assunto “duro” de economia, complicado: a crise financeira - e política - da Grécia.

Para analisar a maneira como o *Vox* utilizou as ferramentas multimídia, mas procurando obter um resultado quantitativo, utilizarei uma tabela para contabilizar cada elemento do AV3: hipertextualidade, hipermediação, interatividade, hiperatualização, mobilidade, ubiquidade e multivocalidade.

resumida. Do ponto de vista da análise pragmática da narrativa, não é uma abordagem interessante porque não é uma narrativa complexa que possa ser encaixada na linearidade dos textos produzidos pelo próprio *Vox*.

5. ANÁLISE

5.1 ANÁLISE PRAGMÁTICA DA NARRATIVA JORNALÍSTICA

Como explicado anteriormente, este estudo irá analisar como um veículo de *new media*, o *Vox*, compôs a narrativa sobre a crise política e financeira na Grécia em 2015. Para isso, utilizamos a metodologia de Luiz Gonzaga Motta (2008) de análise pragmática da narrativa.

A prioridade do *Vox* não é a notícia factual, *hard news*. Desta forma, nem todos os eventos da crise na Grécia, cada rodada de negociação entre a União Europeia e a Grécia, aparecem no *Vox*. O site privilegia os episódios mais emblemáticos, como a rejeição da primeira proposta do governo grego em 2015 aos credores, em fevereiro, quando as negociações pareciam dar certo³¹.

Além disso, é um site que se propõe a explicar as notícias. Isso implica em um posicionamento e eles o fazem de forma completamente assumida. Grande parte das matérias sobre Grécia são artigos opinativo-argumentativos, como “The euro was a big mistake and Greece is paying the price” (“O euro foi um grande erro e a Grécia está pagando o preço”, tradução livre).

Para recompor os eventos, eles serão organizados em ordem cronológica, pois já apresentam coerência factual – e os artigos ajudam a compreender a narrativa, ao passo que são apresentados no momento em que cada evento-chave acontece.

A intriga é o desenrolar da crise política e financeira da Grécia nos primeiros sete meses de 2015. A história começa com a chegada ao poder do Syriza e acaba com o pós-clímax, o pós-plebiscito. As últimas matérias são análises sobre o possível futuro do país europeu, como, por exemplo, caso a Grécia saísse da zona do Euro.

³¹ < <http://www.vox.com/2015/2/19/8068957/greece-eurozone>>. Acesso em 1 de novembro de 2015.

A narrativa não existiria se não existisse um conflito, digno de noticiabilidade. No caso deste estudo, pode-se afirmar que o conflito é o cabo-de-guerra entre os credores e a Grécia, conflito este que se desenrola ao longo de vários episódios em mesas de negociação. Tudo “gravita”, como diz Motta (2008), em torno da disputa entre os dois lados, visando tirar o país da crise financeira, mas por meios diferentes.

Para Motta (2008), diferente do que se pode imaginar, a situação inicial em uma narrativa não é tranquila, pelo contrário, é dramática e está lá para desestabilizar o contexto.

Por esta ótica, pode-se considerar que a situação inicial é estabelecida com a vitória de Tsipras, em janeiro. As eleições foram dramáticas, mas seu resultado ainda mais surpreendente.

A matéria “Anti-Austerity coalition sweeps to power in Greece” (“Coalizão anti-austeridade chega ao poder na Grécia”, tradução livre), de 26 de janeiro, marca a situação inicial e o começo da narrativa. A vitória do Syriza sinalizou uma nova era na política interna e externa grega; o governo não mais responderia positivamente a todas as imposições dos credores; desestabilizou o “trato” de austeridade em contrapartida de ajuda financeira, que havia sido acordado e mantido durante anos, sob a gestão de outros partidos.

Em seguida, ainda de acordo com a linearidade da análise pragmática de Motta (2008), os episódios foram separados e classificados, de acordo com sua funcionalidade, assim como em uma narrativa cinematográfica.

Para melhor visualizar a construção de uma narrativa ao longo dos setes meses em análise, a tabela abaixo separa as matérias analisadas por episódio ou situação inicial. Apenas as matérias mais significativas para cada capítulo entraram na tabela, pois, caso contrário, ela ficaria grande demais a ponto de prejudicar a compreensão (a lista completa das matérias está no anexo deste estudo). Só foi feita tabela para este momento da análise porque é o que melhor pode ser representado visualmente, diferente da análise da metanarrativa, por exemplo.

Tabela 3: Número e nome do episódio e matérias correspondentes com datas

	Nome do episódio	Matérias correspondentes e datas
Situação inicial	Vitória do Syriza	- “Anti-Austerity coalition sweeps to power in Greece” (26/01/2015);
1º episódio	Primeira rodada de negociações	<ul style="list-style-type: none"> - “German government denounces Greek proposal as “Trojan Horse” (19/2); - “The increasingly bizarre standoff between Greece and the Eurozone, explained” (19/2); - “Greece's new deal with Europe, explained” (24/2).
2º episódio	Segunda rodada de negociações	<ul style="list-style-type: none"> - “Greek crisis: 11 people and institutions to blame” (6/6); - “The Greece crisis doesn't scare the Eurozone anymore” (18/6);
3º episódio	Referendo	<ul style="list-style-type: none"> - “Greece is doomed” (27/6);- “Greek referendum: The best cases for ‘no’ and ‘yes’” (5/7); - “Greek crisis: 5 issues in the Greek referendum” (5/7);

		<p>-“Greek referendum: Greece projects ‘no’ will win. Here's what it means” (5/7);</p> <p>-“Greek referendum projections show a ‘no’ vote. Here's what you need to know” (5/7);</p>
4º episódio	Pós-referendo	<p>- Greece's debt crisis explained in charts and maps (6/7);</p> <p>- “How Greece leaving the euro would actually work” (6/7);</p> <p>- “Two weeks of limbo are strangling the Greek economy” (9/7);</p>

O primeiro episódio, neste estudo, passa-se em fevereiro, quando a Grécia e os credores negociavam a dívida. Neste mês, expirava-se o prazo do último pacote de ajuda financeira da *troika*, no valor de 240 milhões de euros. A narrativa do primeiro episódio começa já um pouco depois de terem começado as negociações, com a matéria “The increasingly bizarre standoff between Greece and the Eurozone, explained” (“O crescente e bizarro impasse entre a Grécia e a zona do Euro, explicado”, tradução livre). O texto começa com alguns tópicos resumindo objetivamente o que aconteceu previamente, e o primeiro diz que todos achavam que as duas partes haviam chegado a um acordo, quando caiu por terra.

A proposta feita pelo governo grego foi chamada de “Cavalo de Tróia” pelo ministro das Finanças alemão, mas após mais alguns dias de negociação as duas partes chegaram a um acordo. O *Vox* fez uma matéria explicando o novo acordo da Grécia com a Europa. Nas palavras do autor na matéria “Greece’s

new deal with Europe, explained” (“O novo acordo da Grécia com a Europa, explicado”, tradução livre), Matthew Yglesias, “o acordo representa o Syriza abandonando substancialmente elementos da ‘esquerda radical’ da sua agenda, enquanto não oferece nenhuma mudança substancial na direção do status quo”. De uma forma ou de outra, as propostas foram aceitas nos dois lados e estendeu o prazo do empréstimo por mais quatro meses. Yglesias deixa transparecer que, para ele, o abandono da esquerda radical pelo Syriza é positivo.

O acordo a que o Syriza agora concordou rebaixa substancialmente elementos da esquerda radical da agenda do Syriza. Ao mesmo tempo, representa, de fato, uma abordagem mais flexível na elaboração do orçamento e, aparentemente, um caminho mais sensível para a reforma. Não há absolutamente nenhuma garantia que o novo governo grego será capaz de realizar reforma tributária e tomar medidas anticorrupção que foram prometidas, mas é ao menos plausível, coisa que não era antes, ficando com o mesmo time. (YGLESIAS, 2015)

Para o jornalista, a Alemanha teria saído ganhando das negociações, porque o acordo impõe medidas que “engessam” a Grécia, de certa forma. Não há, portanto, um capítulo de situação estável, mostrando a Grécia pós-acordo; há, sim, dois capítulos seguidos de complicação.

Vemos na ordem cronológica das matérias, um “buraco” nestes quatro meses entre as negociações. Tampouco o *Vox* se preocupou em fazer matérias para “preparar” o leitor para as novas negociações, lembrando-o. Há uma matéria do *Vox Sentences*, cujo título é “Europe and Greece reach deal to reach another deal in the future” (Europa e Grécia chegam a um acordo para chegar em acordo no futuro”, tradução livre). O resultado do plebiscito veio de forma noticiosa e não analítica, por meio do *Vox Sentences* também.

Em junho, a zona do Euro e a Grécia retomam as negociações. É o episódio da complicação, que precede o clímax. A situação estava relativamente

tranquila entre os países, já que havia um prazo ainda para se renegociar a dívida. Duas matérias emblemáticas na narrativa deste episódio são: “Greek crisis: 11 people and institutions to blame” (“Crise grega: 11 pessoas e instituições para culpar”, tradução livre) e “The Greece crisis doesn’t scare the Eurozone anymore” (“A crise na Grécia não assusta mais a zona do Europa”, tradução livre). No primeiro, o autor elenca os protagonistas do conflito: o atual governo grego; os bancos privados gregos; o Banco Central Europeu; os tomadores de decisões europeus em 2010; o FMI; a administração do Obama; Angela Merkel; Finlândia, Holanda e Áustria; Helmut Kohl e François Mitterrand, os outros partidos políticos gregos e os sociais-democratas da Europa. O episódio se encerra com a matéria: “What happens if we leave the euro: The top Google searchers from Greece” (“O que acontece se nós deixarmos o euro”: a pergunta mais feita ao Google na Grécia”, tradução livre), que, apenas no último parágrafo, anuncia o desfecho e chama o próximo capítulo: o premiê grego, Tsipras, convoca um plebiscito.

O terceiro capítulo é o clímax. Toda a progressão na narrativa chega ao momento do plebiscito, que foi tanto inesperado quanto importante no desenrolar dos fatos. Este capítulo tem uma matéria chave: “Greece is doomed” (“Grécia está condenada”, tradução livre). Nela, o autor transparece seu posicionamento mais liberal ao dizer que, independente do caminho, o resultado será o mesmo: desastre. Mais uma vez, o site faz matérias explicativas, lembrando o que já aconteceu e o que ainda pode acontecer: “Greece’s in crisis again and here is what you need to know” (“Grécia está em crise de novo e isso é o que você precisa saber”, tradução livre).

No dia 5, o Vox fez cinco matérias sobre o plebiscito, nesta ordem: “Greek referendum: The best cases for ‘no’ and ‘yes’” (“Plebiscito grego: melhores cenários para ‘sim’ e ‘não’”, tradução livre), “Greek crisis: 5 issues in the Greek referendum” (“Crise na Grécia: 5 questões no plebiscito grego”, tradução livre), “Greek referendum projections show a ‘no’ vote. Here’s what you need to know” (“Projeções para o plebiscito indicam para o ‘não’. Veja aqui o que você precisa saber”, tradução livre), e “Greek referendum: Greece projects ‘no’ will win. Here’s what it means” (“Projeções para o plebiscito indicam votação pelo ‘não’. Veja aqui o que isso significa”, tradução livre). Nesta última, o Vox explica que a vitória

do “não” simboliza, para o governo grego, empoderamento nas negociações, mas para quase todos os observadores “não-gregos” isso significaria uma saída da Grécia da zona do Euro. Além disso, o autor da matéria, Matthew Yglesias, relembra o caso da moratória da Argentina, que abriu precedente para a Grécia. Yglesias ressalta, contudo, que a Grécia tem mais obstáculos que o país latino-americano, porque tem economia e política externa emaranhada com outros países europeus, “os quais a Grécia vai ter enfurecido e que tem fortes incentivos para garantir que os próximos anos da Grécia não sejam fáceis” (YEGLESIAS, 2015).

A narrativa se encerra com o da vitória de Tsipras no plebiscito, por mais de 60%: ele orientou os gregos a votarem “não” às demandas dos credores europeus. O *Vox* tem uma matéria que retoma os motivos da crise, auxiliado por tópicos e gráficos, em “Greece’s debt crisis explained in charts and maps” (“A crise da dívida grega explicada em gráficos e mapas”, tradução livre). A matéria começa falando que as raízes da crise na Grécia são simples: o problema, segundo eles, é que quando a Grécia entrou para o Euro criou-se uma fantasia no mercado financeiro de que, da noite para o dia, o país teria deixado de ser um país mediano e se tornado um bom pagador – e que, caso contrário, países como a Alemanha estariam disponíveis para resgatar a Grécia. Eles começam explicando a crise com o gráfico da Figura 4, abaixo, que mostra que investidores cobravam a mesma taxa de juros para a Grécia e para a Alemanha, quando a Grécia entrou na zona do Euro. O gráfico mostra em seguida que, depois da crise no mercado financeiro em 2008, os bancos subiram muito as taxas de juros cobradas dos países periféricos, principalmente a Grécia. O resultado, segundo o autor do texto Ezra Klein, é que o país está falido e a zona do Euro não é tão unida quanto se achava.

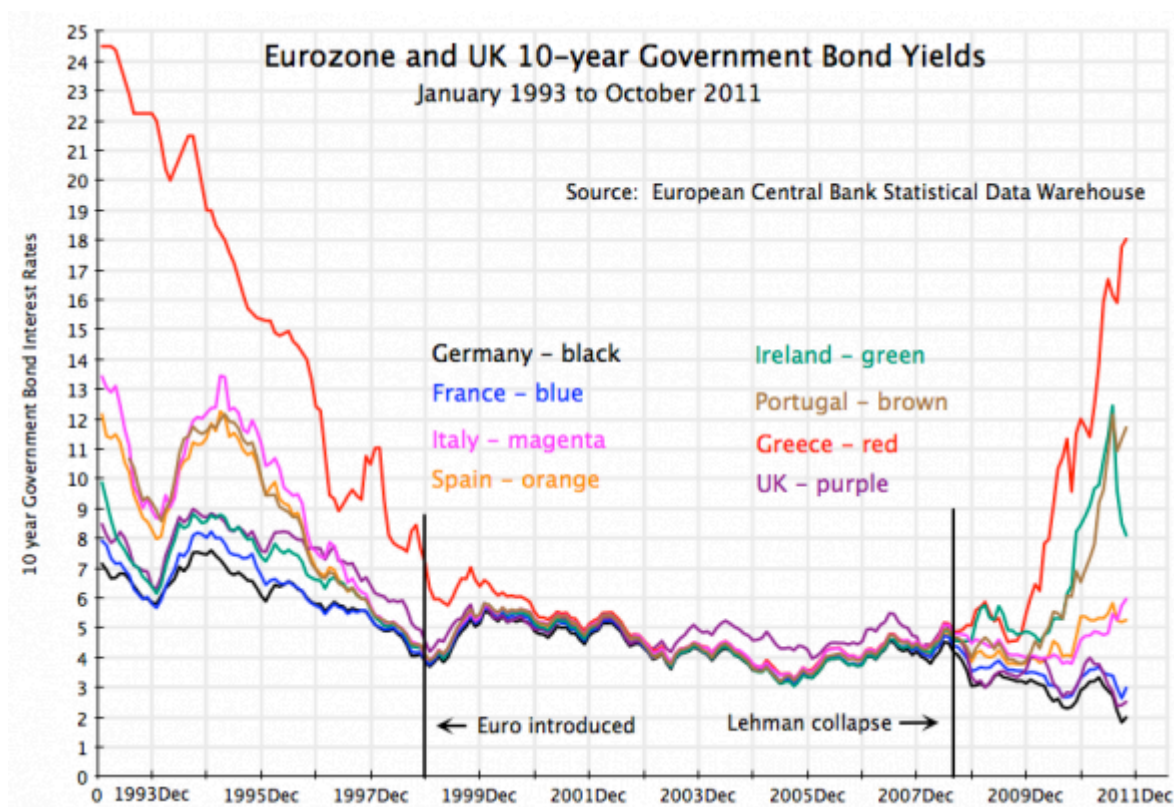


Figura 4: taxas de juros aplicada em países europeus quando Euro foi introduzido e na crise financeira de 2008.

Fonte: www.vox.com

O gráfico seguinte³² na matéria mostra como a dívida pública da Grécia é muito maior que o PIB, comparado a outros países da Europa, chegando a “insanos” 172% do PIB. O terceiro gráfico, que Klein chama de o mais importante, “caso você more na Grécia”, mostra as taxas de desemprego. Isso revela que o jornalista considera desemprego mais como um problema interno do país, do que um perpetuador, impeditivo de saída da crise. Em seguida, há um gráfico que mostra a queda na renda, de acordo com as classes econômicas. Os maiores prejudicados são os mais ricos e assim Klein conclui que a crise “não está atacando apenas os desempregados”. Outros dois gráficos mostram a enorme evasão de divisas do país e de emigração. Um gráfico mostra que a crise da

³² Todos os gráficos da matéria “Greece’s debt crisis explained in charts and maps” estão no anexo deste trabalho

Grécia seria maior que a Grande Depressão, em 1929, nos Estados Unidos. “Essa é agora uma crise da Grécia, não da Europa toda”, diz Klein em determinado momento, apontando para um gráfico da *Bloomberg* que não houve um efeito cascata nos outros países europeus em crise (Espanha, Itália e Portugal) neste ano. Além disso, outro gráfico mostra que, apesar da crise da Grécia, o Euro não tem desvalorizado frente ao dólar, o que também demonstra que a crise não afeta a Europa como um todo.

A narrativa do *Vox* questiona tanto as políticas externas, impostas pelos credores, quanto as internas. Um dos motivos da crise também é que a Grécia aceitou a austeridade imposta durante anos, como contrapartida da ajuda financeira. Além disso, outro gráfico mostra que a Grécia recolhe pouco em impostos, o que “não seria a causa da crise, mas não estaria ajudando a sair dela”. Para Klein, um grande problema é como os gregos enxergam a crise: apesar de o país ter estabilizado um pouco nos últimos cinco anos, eles veem como uma crise que não melhora (em magenta), diferente do que aponta os números oficiais (em amarelo). A bonança financeira vivida há sete anos atrás na Grécia era uma “bolha”, segundo Klein. Por último, o jornalista termina a matéria com um gráfico que mostra que apenas 23% dos gregos acreditam que sua voz é ouvida, levada em consideração, na zona do Euro – “e estão certos”, segundo Klein. Ele explica isso pelo fato de que os gregos se sentem “completamente oprimidos pela zona do Euro”.

Esse período pós-plebiscito foi ao mesmo tempo tranquilo e tenso. Tranquilo, porque o posicionamento do povo ficou claro que estava alinhado ao do governo. Porém tenso, pois nas semanas seguintes a Grécia decidiria se tentaria chegar a um acordo mais uma vez – agora, lidando com credores menos pacientes e abertos ao diálogo – ou se não negociaria mais e, conseqüentemente, sairia da zona do Euro.

Os dois primeiros parágrafos da matéria “Two weeks of limbo are strangling the Greek economy” (“Duas semanas de limbo estão estrangulando a economia grega”, tradução livre) traduzem exatamente o momento em que o país

passava, de incerteza e, ao mesmo tempo, certa tranquilidade, um verdadeiro limbo.

O prazo para uma decisão sobre o futuro da Grécia – continuar ou sair do Euro – parece continuar fugindo. Algumas semanas atrás, 30 de junho era visto como a última chance para a Grécia entrar em termos com os credores europeus. Então, o plebiscito de 5 de julho foi visto como o momento decisório. Agora líderes europeus estão alertando líderes gregos que eles devem tomar uma decisão até domingo, ou arriscam sair [da zona do Euro].

Mas enquanto a decisão adiada não desencadeou uma crise completa, a incerteza e as restrições legais das duas últimas semanas estão impondo um terrível pedágio nas pessoas comuns da Grécia. A economia grega está se tornando rapidamente uma economia apenas de dinheiro vivo e com muito pouco dinheiro para circular, a economia está se esfacelando até uma parada total. (LEE, 2015)

É interessante observar que não ocorre no Vox o que aponta Mesquita (2002 apud MOTTA, 2008), sobre a “fulanização” na mídia, que “marginaliza as questões político-ideológicas e incide nas escolhas e estereótipos divulgados pela mídia” (MOTTA, 2008, p. 8),

Sob a proposta de simplificar as notícias, o Vox privilegia as instituições ao contar as histórias, ou seja, a maioria das matérias foca em “governo grego” disse ou fez aquilo, “os credores europeus” querem aquilo outro. Se fala muito menos em Tsipras, Merkel e Hollande do que matérias objetivas, *hard news*.

A narrativa mostra um conflito entre duas partes: de um lado, a Grécia, devedora, endividada e tentando se desamarrar da austeridade sem sair da zona do Euro; de outro, os países credores, o Banco Europeu e o FMI, todos defendendo reformas e medidas de austeridade na Grécia para novos pacotes de ajuda financeira.

Desta forma, o primeiro personagem a aparecer é, portanto, o governo grego do partido Syriza, o qual Vox descreve como “extrema-esquerda”. Poucas

vezes, eles personalizam as ações do governo grego em Tsipras ou no ministro das finanças Yanis Varoufakis.

É interessante ressaltar que, apesar da insistente não personalização dos personagens da crise, o *Vox* fez uma matéria apenas sobre o então ministro das finanças grego, Yanis Varoufakis. Em janeiro, o *Vox* fez a matéria “What Greece’s new finance minister learned from studying video games” (“O que o novo ministro das finanças grego aprendeu estudando vídeo games”, tradução livre). Nela, o jornalista Matthew Yglesias chama Varoufakis de “conhecido economista hetedoroxo” e explica como trabalhar para a companhia de jogos eletrônicos Valve o ajudou a compreender a União Europeia. A empresa contratou Varoufakis para criar um sistema de moeda virtual semelhante ao euro. Segundo a matéria, as pesquisas que ele fez para o videogame lhe forneceram razões empíricas para ele duvidar do projeto do Euro. Para ele, as atuais economias não têm como tender para o equilíbrio e isso fez com que a Europa entrasse em recessão, causada pelos líderes europeus. Mas, segundo o artigo, Varoufakis acredita que esses “erros” podem ser reversíveis sem problemas.

Em janeiro, quando o Syriza ganhou as eleições o *Vox* explica o que é e o que quer esse partido na primeira matéria analisada, “Coalizão anti-austeridade chega ao poder na Grécia”:

1- A plataforma do Syriza abrange a rejeição do quadro existente de pacotes de ajuda financeira, austeridade no orçamento, e reforma neoliberal; o crescimento do partido trouxe à tona preocupação sobre a viabilidade da zona do Euro como um todo;

2- Se o Syriza fizer um boicote de verdade na implementação da agenda, isso poderia trazer muitas coisas boas à Grécia, mas também arrisca trazer desastre para o país;

3- Eventos na Grécia estão sendo observados com atenção na Espanha, onde um novo partido com uma agenda similar à do Syriza chamado Podemos tem surgido nas pesquisas. Em outros países europeus, partidos de extrema-direita como a Frente Nacional na França tem tecido críticas persuasivas ao status quo da zona do Euro. (Yglesias, 2015)

Em algumas matérias, como o trecho acima revela, o Vox sinalizou esperança no partido, caso cumprisse suas promessas. Contudo na matéria “Crise grega: 11 pessoas e instituições culpadas”, o primeiro apontado é o governo grego. Para o Vox, o Syriza “alienou todos os parceiros em potencial com uma retórica irresponsável sobre os nazistas e demandas insensatas que partidos de centro-esquerda em qualquer outro lugar da Europa não endossariam” (tradução livre).

O outro personagem recorrente é o governo alemão, sinalizando “o outro lado” da disputa. Em verdade tanto a França quanto a Alemanha (os dois países que mais emprestaram para a Grécia) aparecem diversas vezes nas matérias. Contudo, esse segundo tem um papel mais preponderante de protagonista na narrativa. A Alemanha é o personagem que mais aparece nas matérias, representando a *troika* – formada pela União Europeia, o Banco Central Europeu e o Fundo Monetário Internacional, os principais credores da Grécia.

Na primeira rodada de negociações, em fevereiro, a Grécia apresentou uma proposta aos credores, que todos acreditavam que passaria. Então, o governo alemão, sob o comando do ministro das Finanças, Wolfgang Schauble, soltou uma nota, em vez de falar publicamente sobre o assunto (como ressaltou o jornalista na matéria), argumento porquê a Alemanha não aceitava os termos da Grécia e chamou a proposta de “Cavalo de Troia”.

Vox explicou, ao final da matéria, o que o personagem da Alemanha, o governo grego, pensa de fato sobre a Grécia:

Isso [*a nota do ministro de finanças alemão*] pode ser explicado pelo fato de que os alemães simplesmente não confiam no governo do Syriza, que está governando a Grécia. Também pode ser explicado pelo fato de que uma das razões que eles não confiam é simplesmente porque eles são gregos. Os gregos são vistos como um país não confiável que necessita de disciplina e reforma, e o Syriza é visto como um projeto político que fundamentalmente rejeita a reforma. (YGLESIAS, 2015)

Na matéria citada acima, em que *Vox* elenca os onze culpados da crise na Grécia, eles citam especificamente Angela Merkel, a chanceler alemã. Ela, segundo o texto, estaria atendendo aos “razoáveis pedidos” de seus eleitores, de que o dinheiro de seus impostos fosse revertido em ajuda para alemães pobres, e não para gregos endividados. Em seguida, o texto cita o plano Marshall e outros momentos da história, em que líderes passaram por obstáculos políticos para tomarem decisões importantes. *Vox* encerra o texto falando da possível falta de liderança da Alemanha para mais contornar o problema da Grécia, ajudá-la a superar:

A Alemanha é a maior economia da Europa (de longe), e se alguém vai ter um papel de liderança, é a Alemanha. Mas liderança sempre vem com algum custo, e sob Merkel, a Alemanha está pouco disposta a pagar este preço, ao invés disso, escolhendo tornar-se uma pequena, tacanhamente mercantilista. (YGLESIAS, 2015)

A matéria dos onze culpados também cita nominalmente François Mitterrand e Helmut Kohl, ex-presidente da França e ex-premiê da Alemanha, respectivamente.

Em junho, o *Vox* fez uma matéria a partir de um trecho da entrevista do primeiro ministro italiano, Matteo Renzi, à revista *New Yorker*. Segundo o *Vox*, Renzi contou uma história do ex-primeiro-ministro italiano Mario Monti, em uma visita à Casa Branca. O presidente dos Estados Unidos Barack Obama teria perguntado como conseguir conversar com a premiê alemã Angela Merkel sobre políticas econômicas. A resposta de Monti, segundo Renzi foi: “Para os alemães, economia ainda é parte de uma filosofia moral, então nem tente sugerir que a forma de ajudar a Europa a crescer é com gastos públicos. (...) Na Alemanha, crescimento é recompensa para uma economia virtuosa, e a palavra para ‘culpa’ e ‘dívida’ é a mesma”.

Esse trecho da entrevista de Renzi poderia passar despercebido, não fosse uma matéria exclusiva sobre isso no *Vox*. Depois de reproduzir na íntegra

o trecho da entrevista, o repórter Dylan Matthews volta para a segunda Guerra Mundial para explicar o comportamento da Alemanha. Essa matéria veio acompanhada de uma foto da premiê alemã, com a legenda: “Angela Merkel está desapontada com você, Grécia”.

Motta (2008) estabelece que o quarto momento de análise da narrativa é identificação das estratégias comunicativas no texto. Segundo Motta (2008), “jornalista é, por natureza, narrador discreto” e esta parte da análise deve observar os “dispositivos retóricos utilizados pelos repórteres e editores” (MOTTA, 2008, p. 9).

É interessante observar, contudo, que o Vox não se encaixa necessariamente neste tipo de narrativa jornalística a que Motta se refere. Assim como em outros *new media*, as matérias do Vox não têm sempre um narrador discreto. Muito pelo contrário, por vezes, o autor ou autora fala diretamente com o leitor ou leitora e os textos estão carregados de adjetivos.

Primeiro, ela sugere observar as estratégias de objetivação. Segundo o autor, a “objetividade é uma estratégia argumentativa” (MOTTA, 2008, p. 10). A objetividade pode ser encontrada nas matérias do Vox quando há, no começo do texto, tópicos com os fatos mais importantes, antes de seguir com um texto mais de análise. Por exemplo, como mostra a Figura 5 abaixo, na primeira matéria analisada, que trata da vitória do Syriza, há cinco tópicos no começo, de duas a quatro linhas, explicando de forma objetiva o que aconteceu e o que pode acontecer.

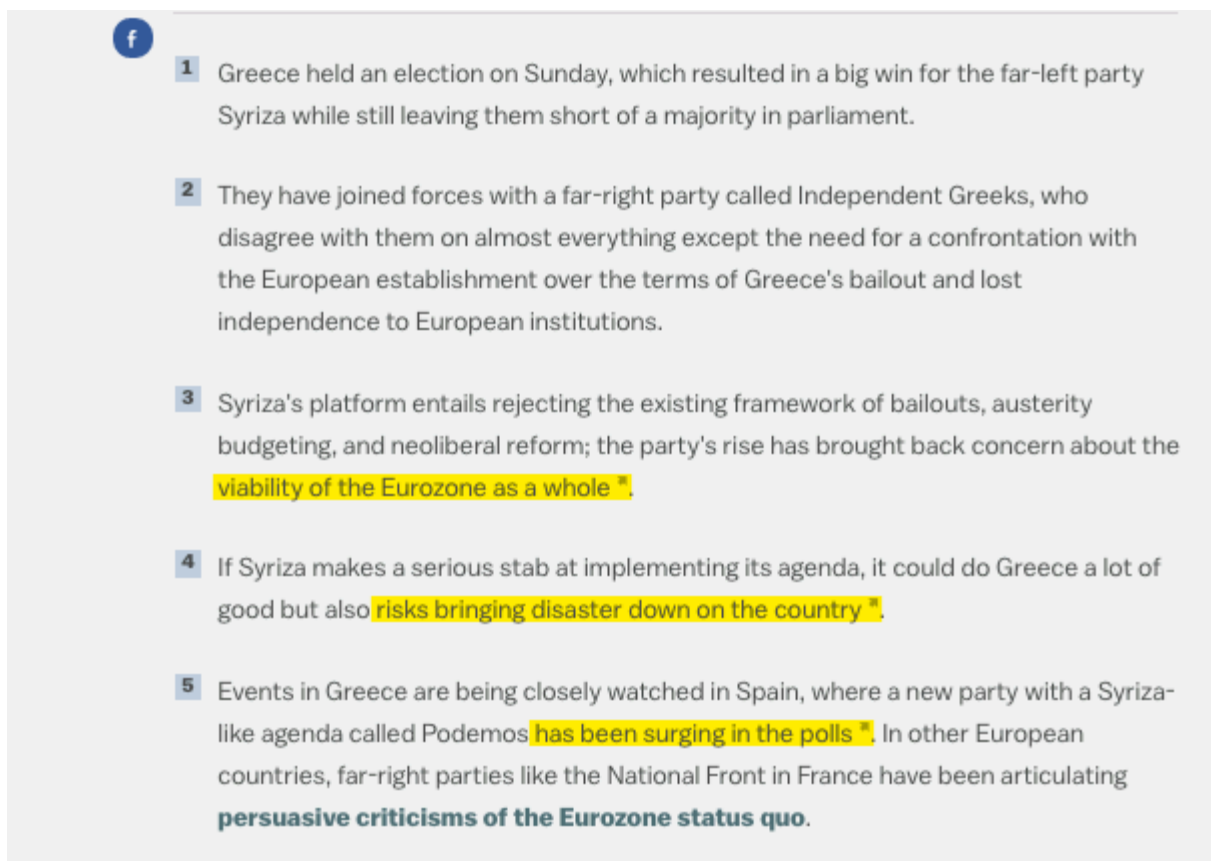


Figura 5: lista de tópicos principais na matéria do Vox sobre a vitória do Syriza nas eleições gregas, em janeiro.

Fonte: www.vox.com

Outra estratégia de objetividade utilizada pelo Vox é disponibilizar documentos oficiais, no original. Ou seja, no caso da nota do ministro das finanças alemão chamando a proposta dos gregos, em fevereiro, de cavalo de Troia, o Vox divulgou a imagem da nota, com um risco grosseiro amarelo circulando as palavras “Cavalo de Troia”. Poucos dias depois, quando a Grécia e os credores entram em acordo, o Vox faz uma matéria explicativa sobre os termos, mas disponibiliza, por hyperlink, o documento oficial na íntegra.

Diferente do jornalismo da mídia tradicional, o Vox quase não usa citações. As raras citações vêm em formato de tweet. Na matéria de janeiro, que anunciava a vitória do Syriza, há apenas uma citação e ela é do presidente do

Banco Central Alemão, Jans Weidmann. Na verdade, a frase sequer está no twitter de Weidmann, mas sim do twitter de um jornalista grego.

É interessante observar como o Vox apresenta critérios objetivos da notícia, como os acordos na íntegra, para, em seguida, resumir em poucas linhas o documento, com sua própria linguagem informal.

Observando como um todo, há muito mais estratégias subjetivas nos textos do Vox do que objetivas. Sob o mote de explicar as notícias, o Vox é carregado de subjetividade, opiniões dos autores. Na matéria “Greece is doomed” ou “The Greece crisis doesn’t scare the Eurozone anymore”, por exemplo, são análises do repórter. Os jornalistas que dão o norte para a narrativa que eles constroem fazem afirmações contundentes como “Grécia está perdida” sem atribuí-las a ninguém, tornando-as um fato ou uma verdade para o leitor ou leitora.

Além disso, a maior parte das matérias é dividida em tópicos. No card stack “9 facts about Greece and the eurozone crisis” (“9 fatos sobre a Grécia e a crise na zona do Euro”, tradução livre), os tópicos são: A zona do euro é um projeto político, não econômico; a crise na zona do Euro não acabou; a eleição na Grécia causou a última eclosão de drama; dívida não foi a causa da crise; a moeda única que causou a crise econômica na zona do Euro; a crise quase se tornou uma catástrofe mundial; Europa agora tem problemas econômicos ainda maiores; as instituições europeias são desastradas na tomada de decisões; a estratégia do Syriza poderia ter funcionado, cinco anos atrás.

O Vox também usa em excesso de números, estatísticas e, principalmente, infográficos, o que se caracteriza como um critério objetivo de notícia. A enorme importância que o site atribui a gráfico se traduz nas matérias dedicadas a eles, o conteúdo do gráfico é o lead. Isso acontece na última matéria analisada neste estudo, em julho, por exemplo, “This chart explains why Greece and Europe can’t agree” (“Esse gráfico mostra porque a Grécia e a Europa não podem concordar”, tradução livre). É importante ressaltar que todos os gráficos têm fontes oficiais, como a Eurostat.

A análise da narrativa deve observar particularmente o contrato cognitivo implícito entre os jornalistas (narradores) e a audiência (narratário) em seu contexto operacional. Esse “contrato” é o co-construir a verdade, a realidade objetiva. O desejo de objetividade do jornalista e a sua estratégia textual de “relatar a verdade” são compactuados e validados pela comunidade de leitores, ouvintes e telespectadores da mídia jornalística que acreditam estar lendo, vendo ou ouvindo a verdade dos fatos.

Os dois últimos movimentos estabelecidos por Motta (2008) para a análise pragmática da notícia são os mais subjetivos do conjunto. Ele primeiro fala sobre o “contrato cognitivo” entre o narrador (jornalista) e o narratário (leitor ou leitora), que é o contrato que estabelece a confiança do público de que a matéria relata o fato, a verdade.

O movimento que analisa a relação comunicativa entre quem produziu a matéria e quem recebeu esse conteúdo procura observar de que forma há interação entre as duas partes. Como já dito anteriormente no capítulo de AV3, a interação se dá entre as redes sociais. Todas as matérias disponibilizam o email e o twitter do ou da autora, tornando possível o contato com o público. Além disso, o leitor ou a leitora podem enviar uma mensagem ao Vox, caso avalie negativamente a matéria. Também é importante ressaltar a presença de alguns dos repórteres nas redes sociais, com perfis abertos ao público e com muitos seguidores: é o caso do fundador do Vox, Ezra Klein, já mencionado anteriormente. Sua página no Facebook, por exemplo, tem quase 300 mil curtidas.

O último movimento de análise da narrativa é a metanarrativa. Por ele, procuramos compreender as impressões socioculturais que o Vox passa nas entrelinhas. Para Motta (2008), as matérias ajudam a criar e cimentar um contexto cultural determinado. Essa parte da análise procura desvendar que contexto ou valores o narrador passa em seu texto.

Como já explicado anteriormente, o Vox é um *new media*, ou seja, faz parte destes novos veículos que já surgiram na web. Portanto, fazem muito uso da linguagem multimídia e focam em um público essencialmente jovem. Não é

difícil perceber como essa preferência se traduz: em brincadeirinhas, como a legenda na foto de Merkel, ou termos e frases menos formais. Ademais, o Vox dá uma importância grande a infográficos e, principalmente, vídeos.

Nesta análise, foi possível observar a tendência de segmentação na internet. Os veículos de mídia tradicional como os de televisão ou do impresso que migraram para a internet ainda não têm muita flexibilidade aos valores “tradicionais” do jornalismo: imparcialidade, objetividade, etc. Não que os *new media* não priorizem os fatos e a verdade, mas muitos deles têm passado uma linha editorial mais definida para seus leitores. O *Huffington Post*, por exemplo, tem seções exclusivas para meio ambiente, mulheres e negros, em que há frequentes discussões sobre racismo, homofobia, machismo, etc. O Vox vai na mesma linha: apesar de não ter blogs, ele convida pessoas para colaborarem com textos (e com isso priorizam uma determinada narrativa).

No caso deste estudo, fica evidente o posicionamento deles quanto à crise da Grécia e a zona do Euro. No card stack “9 facts about Greece and the euro-zone crisis” (“9 fatos sobre a Grécia e a crise na zona do Euro”, tradução livre), o Vox fala que não foi a dívida que causou a crise na Grécia e, sim, a severa recessão imposta pelos credores. Além disso, eles defendem que a Europa é mais um projeto político, do que econômico. Há uma matéria baseada em um tweet, que diz “One tweet that busts the most pervasive myth about Greece’s crisis” (“Um tweet que acaba com o mito mais perverso sobre a crise na Grécia”, tradução livre). Eles reproduziram um tweet com um gráfico do diretor do Centro para Reforma Europeia, Simon Tilford, que rebate às críticas de que a Grécia não estaria colaborando para sair da crise. No mesmo dia, o Vox publica uma entrevista com Adam Posen, presidente do Peterson Institute for International Economics, com o título “There’s a simple solution to Greece’s problems, but Europe won’t try it” (“Há uma simples solução para os problemas da Grécia, mas a Europa não vai tentá-la”, tradução livre). Para Posen, os países do norte da Europa, como Finlândia, Alemanha, Holanda e Suécia deveriam simplesmente “fazer um cheque e acabar logo com isso”. Os países nórdicos deveriam aceitar que a Grécia não vai pagar suas dívidas e seguir em frente – inclusive deixando

o prejuízo do calote com os bancos nórdicos. Contudo, segundo Posen, os países não fazem isso, porque não querem prejudicar seus bancos e porque não querem ter que dizer ao seu eleitorado que estão dando dinheiro para a Suíça.

Em “How the euro caused the Greek crisis”, o Vox é explícito em quem seria o responsável pela crise no país (o título também dá nome ao vídeo do Vox sobre a crise na Grécia, já citado anteriormente). Segundo o repórter Yglesias defende neste artigo, seria impossível criar uma única política monetária para países tão diferentes economicamente e culturalmente, como Chipre e Irlanda, por exemplo.

O problema é que os diversos países da Europa têm diferentes economias e situações econômicas muito diferentes. É impossível fazer uma política monetária que é igualmente apropriada para a Grécia e para a Alemanha. Já que a Alemanha é maior e mais importante, o Banco Central Europeu acaba fazendo o que é certo para a Alemanha. Essa é uma decisão sensível o suficiente devido as circunstâncias, mas isso significa que a Grécia está perpetuamente presa a uma política monetária inapropriada e com consequências desastrosas para a economia grega (YGLESIAS, 2015)

O Vox imprime em seus textos um posicionamento ora crítico à austeridade, ora crítico ao posicionamento extremista do Syriza. O que fica evidente é um contexto norte-americano, uma visão distante do conflito, de estrangeiro, que é, ao mesmo tempo, *new media*, moderno.

5.2 ANIMAVERBIVOCOVISUALIDADE NO VOX

Um dos aspectos mais interessantes do Vox é a forma como ele utiliza, se não privilegia, as ferramentas tecnológicas ou os elementos não-textuais para contar uma história. Este estudo se muniu da metodologia animaverbivocovisualidade (MIRANDA, SIMEÃO, 2014) para analisar a linguagem não-textual, tão explorada pelos *new media*.

A seleção de matérias com os tags *Greek*, *Greece*, *Tsipras* e *Syriza* encontrou 46 matérias, espalhadas nos meses de janeiro, fevereiro, junho e julho. No começo do ano – no começo da “trama” jornalística – foram feitas oito matérias nos dois primeiros meses do ano. Já em junho e em julho, quando a tensão

se intensifica e chega-se ao clímax da narrativa com o plebiscito de Tsipras, há um aumento natural no número de matérias, chegando a 36.



Curiosamente, o Vox tem uma tradição de parcerias ou artigos de convidados, principalmente para tratarem de assuntos espinhosos e que não necessariamente retratem seu posicionamento. Dois exemplos interessantes são: “Eu tenho armas. Esse é o porquê de eu mantê-las”³³ e “Eu sou médica. Preparar você para a morte é tão parte do meu trabalho quanto salvar vidas”³⁴ (tradução livre).

Um dos elementos propostos por Miranda e Simeão (2014) é a hipertextualidade, a utilização dos chamados *hyperlinks*, ou redirecionamento para outro conteúdo que contextualize melhor ou explique determinado fato. Das 46 matérias analisadas no Vox, apenas três não apresentavam essa característica. No site, o leitor ou a leitora é redirecionado para outro site quando há algumas palavras em negrito. Inclusive, o Vox não tem problemas em citar outros veículos e fazer hyperlink para suas páginas. Outra forma que o site criou de hipertextualidade foi uma espécie de box no meio do texto intitulado “*related*”, ou relacionado. Ele funciona como um “saiba mais” e traz matérias do próprio site sobre o assunto, anteriores à data. Além disso, há no final de todas as matérias do Vox um *StoryStream*, em que mostra as matérias relacionadas ao artigo em linha do tempo.

³³ “I own guns. Here’s why I’m keeping them”. <<http://www.vox.com/2015/10/6/9449709/gun-owner-keeping>>. Acesso em 20 de outubro de 2015.

³⁴ “I am a doctor. Preparing you for death is as much a part of my job as saving lives”. <<http://www.vox.com/2015/10/19/9554583/doctor-good-death>>. Acesso em 20 de outubro de 2015.

closer to the brink than ever before.

-  Negotiations over how Greece would pay back its debts due Tuesday to the International Monetary Fund halted **abruptly** this weekend. Prime Minister Alexis Tsipras announced a referendum next Sunday over whether to accept the deep spending cuts that European lenders demand; if the referendum fails, exit from the Euro is likely. The government imposed now strict limits on how much Greek citizens can withdraw from their bank accounts (no more than €60 per day), and blocks-long lines at some ATM machines.
- 

Related

Greece is in crisis (again), and here's what you need to know

Photos: this is what a 21st century bank run looks like

How did this particular crisis get so much worse than those in recent history? **Jacob Funk Kirkegaard**, a senior fellow at the Peterson Institute for International Economics, has a one word answer: politics.

When he looks at the current mess in Greece, he points a finger at the new governing party that came into power in January. Syriza ran on a platform of reversing the austerity policies that Greece's lenders demanded — a promise that proved politically popular but that Kirkegaard argues has, in governance, hugely harmed the country. What follows is a transcript of our discussion, lightly edited for clarity and length.



Trump has figured out Jeb Bush's greatest weakness as a candidate, and it's not his energy level



Last Week Tonight With John Oliver: late-night TV's best show

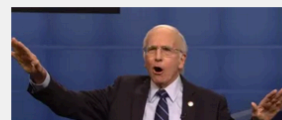


Figura 3: a ferramenta de hyperlink “related” em uma matéria do Vox.

Fonte: Acesso em 20 de outubro.

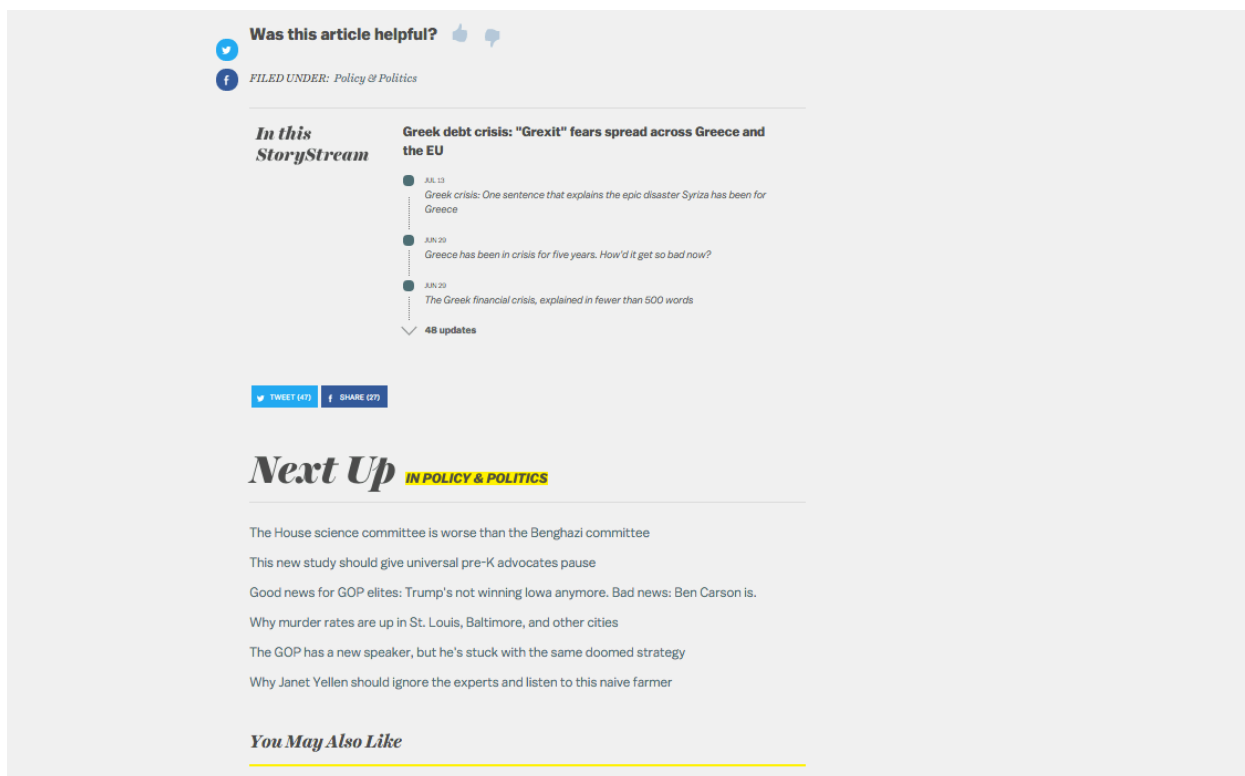


Figura 4: o “storystream” no final da mesma matéria da figura 1.

Fonte: <http://www.vox.com/2015/6/29/8862651/greece-grexit-economist-politics>. Acesso em 20 de outubro.

Outra característica do AV3 bastante explorada nas matérias do Vox é a hipermidiação. Eles sempre procuram apresentar a notícia da forma mais estética e visual o possível. Um exemplo disso é que nas 46 matérias, encontramos 46 fotos. Na pesquisa, não foi encontrada nenhuma matéria que não viesse acompanhada de algum elemento não-textual, seja de foto, infográfico, vídeo ou *tweet* – ou todos ao mesmo tempo.

Para melhor visualizar de que forma o Vox é multimídia, elaboramos essa tabela que mostra os meses em que encontramos as matérias que tratam de Grécia (janeiro, fevereiro, junho e julho), o número de matérias em cada mês e os elementos multimídia mais foram usadas e quantas vezes.

	Total de matérias	Fotos	Infográfico/Imagem	Vídeos	Tweets
Janeiro	2	2	1	0	1
Fevereiro	5	4	2	0	1
Junho	19	23	11	8	5
Julho	20	17	10	13	10

Os infográficos têm um papel importante nas matérias do Vox, eles não apenas agregam informação à matéria, como, por vezes, são a própria matéria, como no exemplo da Figura 5 abaixo.



Figura 5: uma matéria do Vox em que o lead é o gráfico.

Fonte: <http://www.vox.com/2015/6/28/8858727/greece-gdp-chart>. Acesso em 20 de outubro.

Como já mencionado anteriormente, o Vox possui um canal no YouTube. Eles fizeram um vídeo sobre a crise financeira da Grécia, com quase três minutos, intitulado “Como o euro causou a crise na Grécia” (tradução livre). No YouTube, o vídeo alcançou a marca de 403,6 mil visualizações no fim de outubro³⁵. Já na página oficial no Facebook do Ezra Klein, que tem o hábito de colocar diretamente na rede social os vídeos do Vox, o mesmo vídeo da Grécia chegou a 4,2 milhões de visualizações³⁶.

O vídeo explicativo sobre a crise na Grécia é ostensivamente veiculado nas matérias como apoio, porque resume e explica de forma didática o que o leitor ou a leitora demoraria muito mais tempo para compreender no *card stacks* do assunto. Dos 19 vídeos publicados no período estudado, apenas quatro não são este.

É interessante observar a recorrência com que *tweets* são utilizados nas matérias como fontes primárias, como na Figura 6. A rede social alcançou status de declaração legítima e oficial, e o Vox não hesita em recorrer a isso.

³⁵ <<https://www.youtube.com/watch?v=ULQICN0YNmw>>. Acesso em 20 de outubro de 2015.

³⁶ <<https://www.facebook.com/ezraklein/videos/vb.232843448409/10153482082448410/?type=3&theater>>. Acesso em 20 de outubro de 2015.

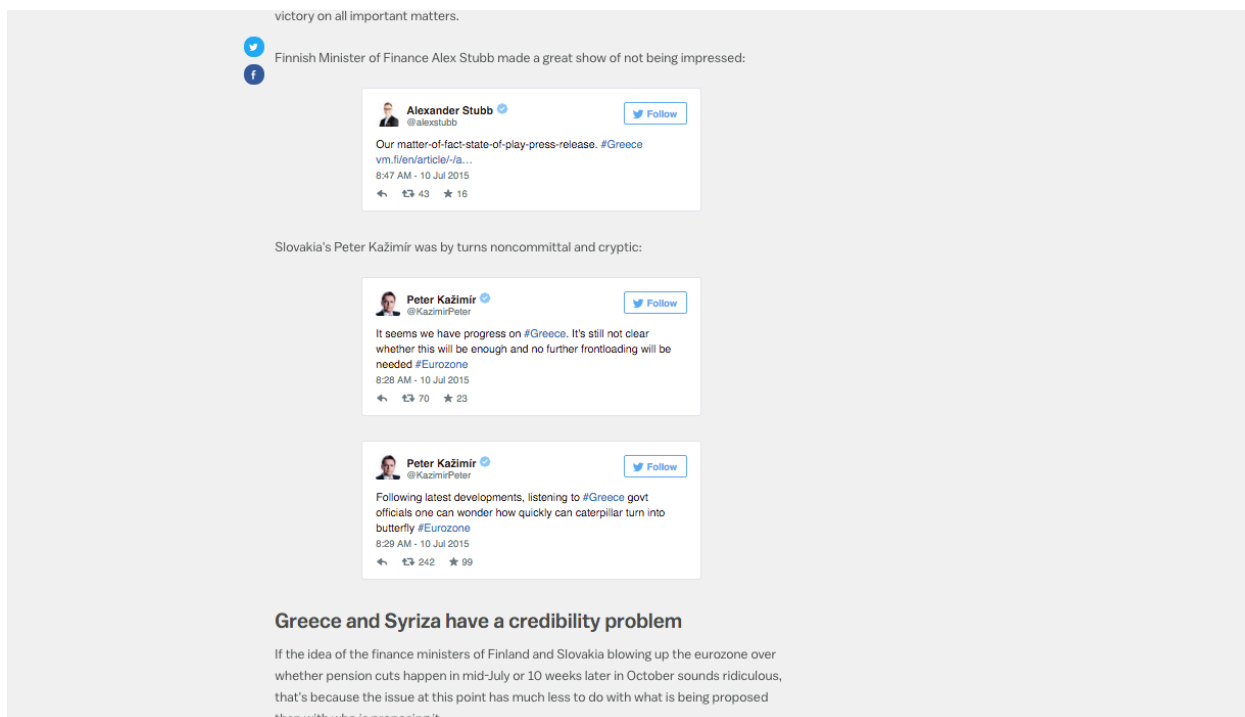


Figura 6: na matéria acima, os tweets do ministro das finanças finlandês, Alex Stubb

Fonte: <http://www.vox.com/2015/7/10/8928445/greek-crisis-latest-proposal>. Acesso em 20 de outubro.

Outra característica do AV3 é a interação entre o sistema, quem escreveu a matéria, e o público. Na pesquisa, a interatividade foi encontrada nas 46 matérias. Todos os artigos do Vox são assinados e, ao lado do nome do autor ou autora, há o email institucional e o Twitter do ou da profissional.

O site abre possibilidade para interação público-escritor(a), mas não público-público. Não é permitido comentar nas matérias no site, mas é possível compartilhar no Twitter e no Facebook, além de, claro, comentar nas publicações na página do Vox. No final das matérias, há a pergunta: “Este artigo foi útil?” (tradução livre). Existem duas opções de reposta, simbolizadas pelo “curtir” e “descurtir” semelhante ao do Facebook. Caso a pessoa tenha avaliado positivamente, a resposta é: “Demais! Compartilhe”, com a opção de Twitter e Facebook. Já no caso de a avaliação ser negativa, abre uma caixa pedindo sugestões para o site melhorar, em que a pessoa só assina apenas com um email.

Na linguagem AV3, há a mobilidade, ou seja, a possibilidade de transmitir e receber conteúdo com *tablets* e celulares. O Vox não tem aplicativo para esses dispositivos, mas o *layout* site é adaptado à tela do smartphone quando acessado de um telefone ou tablet.

Essa pesquisa não encontrou nenhum indício de que o próximo passo do Vox seja criar um aplicativo. Seria interessante para a empresa considerar investir em mobilidade, já que muitos veículos de comunicação já têm apps próprios, como *BBC* e *The New York Times*. Um concorrente *new media* do Vox, *Buzzfeed*, possui não apenas um *app*, como um *app* dedicado apenas a notícias, chamado *Buzzfeed News*.

Determinados veículos têm investido mais no quesito mobilidade, principalmente nas notícias transmitidas por redes sociais. Em maio de 2015, o Facebook criou parceria com nove empresas de comunicação, incluindo o *The New York Times*, *Buzzfeed* e *National Geographic*, em que estes veículos publicam notícias diretamente na rede social. O programa, chamando “Instant Articles”, ou artigos instantâneos (tradução livre), está disponível inicialmente apenas para iPhone. Segundo o Facebook relatou a um artigo no *The New York Times*³⁷, essas matérias carregariam até dez vezes mais rápido que normalmente, porque os leitores continuariam na rede social, em vez de clicar em um link e ser redirecionado a outro site.

A ubiquidade é, provavelmente, o elemento da linguagem AV3 que tange todos os novos veículos na era da Internet. Essa palavra é sinônima, de certa forma, de onipresença. Um veículo é ubíquo por ser acessível de qualquer lugar. Apesar de não haver a certeza de acesso desses sites, do Vox no caso, em determinados países pela falta infraestrutura de rede ou por motivos políticos do próprio país, eles estão disponíveis a qualquer um que tiver acesso ao sistema html.

³⁷ <<http://www.nytimes.com/2015/05/13/technology/facebook-media-venture-to-include-nbc-buzzfeed-and-new-york-times.html>>. Acesso em 20 de outubro de 2015.

A multivocalidade, com a ideia de uma “inteligência coletiva” (LEVY, 1999, apud MIRANDA, SIMEÃO, 2014), se constrói a partir de diferentes pontos de vista. Aplicando-se este conceito às matérias sobre Grécia no Vox, encontramos dez autores, de diferentes editorias do site. Julia Belluz, por exemplo, é repórter de “saúde” e produziu uma matéria sobre os problemas no sistema de saúde grego, afetado pela crise financeira e política. Já a jornalista Margarita Noriega é editora de “matérias de curto formato”, como diz a sua descrição no site³⁸, e escreveu duas matérias, uma delas foi “Como a crise na China é parecida com a da Grécia em um tweet”³⁹ (tradução livre). No entanto, mais da metade das matérias (25) foi escrita por Matthew Yglesias, repórter fundador do Vox. Pode-se considerar, portanto, que, apesar do discurso inclusivo de raça, gênero e etnia, o Vox concentrou a maioria das matérias em um único repórter, homem, branco, norte-americano.

Apesar do Vox explorar muito os elementos não-textuais, esta pesquisa não encontrou todos os elementos da linguagem AV3 em suas matérias. Nas matérias estudadas, não foram encontradas evidências de hiperatualização, típica em muitos veículos *new media*. Esse conceito chave no jornalismo na era da Internet foi uma das primeiras características AV3 a aparecer nos veículos de comunicação: uma cobertura intensa e “minuto a minuto”. A hiperatualização é a constante mudança no conteúdo, inclusive com a ajuda do público. Entretanto, certos *new media*, como o Vox ou o *Buzzfeed*, não concorrem necessariamente com os veículos hard News, que precisam atualizar o tempo todo para informar. O Vox não tem a pretensão de dar breaking News, a atuação do site diz respeito mais ao conteúdo, à forma da escrita e aos demais elementos AV3, como a hipermídiação.

³⁸ < <http://www.vox.com/authors/margarita-noriega>>. Acesso em 20 de outubro de 2015.

³⁹ < <http://www.vox.com/2015/7/8/8911313/china-stock-crash-greece-debt>>. Acesso em 21 de outubro.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma das dificuldades deste estudo foi encontrar pesquisas que tratassem da temática narratologia na web. As metodologias de análise utilizadas – AV3 (MIRANDA, SIMEÃO, 2014) e análise pragmática da narrativa (MOTTA, 2008) – são recentes e não há estudos que combinem as duas análises.

Outra questão é que há pouca metodologia de análise que funcione com os novos formatos de jornalismo, os *new media*. A análise proposta por Motta (2008), apesar de ainda recente, se encaixa melhor em narrativas jornalísticas tradicionais, não compreendendo necessariamente os padrões de texto e de jornalismo dos *new media*. No entanto, é importante sublinhar que essa diferença de linguagem não invalida a análise da estratégia comunicativa proposta por Motta (2008).

Ainda não há muitos trabalhos sobre a narrativa desse novo jornalismo na web, feito pelo *Vox* e pelo *Buzzfeed*, por exemplo, e um dos motivos é que ainda é muito recente. Além disso, a pesquisa está, de certa forma, sempre obsoleta, graças às constantes mudanças provocadas pela tecnologia.

A análise dos novos formatos de jornalismo com as lentes do jornalismo tradicional é interessante justamente por destacar as diferenças. A não-ortodoxia no texto, a narrativa explicativa e, por vezes, parcial é um dos destaques deste novo jornalismo, feito pelo *Vox*. No estudo de caso, por exemplo, fica evidente que a zona do Euro, para os jornalistas do *Vox*, seria responsável pela crise da Grécia. Mais além, as matérias evidenciam que o site tem um posicionamento contrário ao Syriza, considerando o partido radical demais – não é à toa que o elogia quando consegue chegar a um acordo com os credores, abandonando alguns princípios mais de esquerda.

Por outro lado, este estudo encontrou dois problemas principais na narrativa do *Vox*: a exclusão de um determinado público, por não ter afinidade com o posicionamento do texto, e a não linearidade dos episódios. Como o site não é

de *hard news*, e sim mais explicativo, por vezes, a linearidade dos fatos pode ficar confusa para o leitor ou leitora.

É importante ressaltar, contudo, que o Vox cumpre sua função ao explicar as notícias. Os vídeos e o carro-forte, *card stacks* são muito didáticos. A fórmula funciona: não é à toa que, de certa forma, os jornais tradicionais estão perdendo espaço para os *new media*. O Vox foi citado como competição no Relatório de Inovação (2014), do *The New York Times*.

A pesquisa identificou uma quebra de regra na narrativa, quando o Vox fez uma matéria personalizando os culpados da crise na Grécia em onze pessoas. Isso foi diferente porque em todas as outras matérias, o Vox fala pouco sobre pessoas e mais sobre instituições. Uma decisão tomada por Merkel, por exemplo, cujo nome aparece relativamente mais que os outros personagens, aparece sob a alcunha de governo alemão, na maioria das vezes.

Há duas características da linguagem AV3 (MIRANDA, SIMEÃO, 2014) ainda não muito exploradas pelo Vox: a mobilidade e a interatividade. Esta segunda é encontrada, mesmo que insipidamente, em todas as matérias, pois há o twitter e o email do ou da jornalista disponível. Além disso, é possível que o leitor ou a leitora avalie negativamente o conteúdo, através de uma mensagem no final de cada matéria. A mobilidade também não é muito explorada pelo Vox. O site tem uma versão adaptada para quem acessa de smartphone ou tablet, mas não há nenhum aplicativo para esses dispositivos. E esta pesquisa não encontrou nenhum indício de que haja uma movimentação da empresa para criar um aplicativo no futuro, apesar de que outros veículos (tanto *new media*, quanto mídia tradicional) já têm aplicativos próprios e, inclusive, rentáveis.

Este estudo identificou uma característica interessante no objeto de estudo: em todas as matérias há um destaque importante para imagens, infográficos ou vídeos. O Vox comunica, informa não apenas com o texto, mas com as imagens e vídeos também. Os infográficos não são apenas auxiliares do texto, têm informações importantes que, por vezes, são a própria notícia.

A análise das 46 matérias mostrou a hipermídiação (MIRANDA, SIMEÃO, 2014), foram encontrados tweets, vídeos, infográficos e imagens no geral. Não há nenhuma matéria que seja apenas um texto.

Antes da pesquisa, a impressão geral era que os *new media* utilizavam muito mais os recursos tecnológicos ou visuais existentes. Entretanto, observou-se que o Vox não necessariamente utiliza mais esses recursos que outros veículos – as ferramentas são as mesmas, infográfico, foto, vídeo, etc –, mas a forma como o site utiliza talvez seja mais intuitiva e mais voltada para a web.

Em menos de dois anos de existência, o Vox conquistou um mercado cativo com uma forma diferente de fazer jornalismo. Não é à toa que foi caracterizado como competição para o *The New York Times*, um dos jornais mais renomados e tradicionais do mundo, no Relatório de Inovação (2015). É importante observar nos próximos anos se a narrativa dos *new media* e do Vox, mais especificamente, é apenas uma tendência do momento ou se anuncia uma mudança estrutural no jornalismo. E então, as pesquisas sobre narrativa na web são essenciais para decodificar esta nova forma de jornalismo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MARQUES, Márcia. Modelo de ação comunicativa e de informação para redes sociais em ambientes digitais. 2015. 212, [140] f., il. Tese (Doutorado em Ciência da Informação)— Universidade de Brasília, Brasília, 2015.

MIRANDA, A. SIMEÃO, E. Da Comunicação Extensiva ao hibridismo da Anima-verbivocovisualidade (AV3). *Inf. & Soc.: Est.*, João Pessoa, v. 24, no 3, p. 49-62, set./dez. 2014.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Análise pragmática da narrativa jornalística. In: *Metodologia de Pesquisa em Jornalismo*. LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (orgs.), 2.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

FONTES ELETRÔNICAS

ALPERT, Lukas I.. **Comcast Invests \$200 Million in Vox Media**. The Wall Street Journal. [s. L.], p. 1-1. 12 ago. 2015. Disponível em: <<http://blogs.wsj.com/cmo/2015/08/12/comcast-invests-200-million-in-vox-media-valuing-digital-media-firm-at-1-billion/>>. Acesso em: 12 nov. 2015.

BYERS, Dylan. **Vox not living up to hype, explained**. Politico. [s. L.], p. 1-1. 23 ago. 2014. Disponível em: <<http://www.politico.com/story/2014/08/vox-ezra-klein-110276>>. Acesso em: 1 nov 2015.

CHIBBER, Kabir. **Who are the troika that Greece depends on?** Vox. [s. L.], p. 1-1. 4 out. 2011. Disponível em: <<http://www.bbc.com/news/business-15149626>>. Acesso em: 4 nov. 2015.

COSCARELLI, Joe. **Ezra Klein on Vox's Launch, Media Condescension, and Competing With Wikipedia**. New York Magazine. [s. L.], p. 1-1. 11 abr. 2014. Disponível em: <<http://nymag.com/daily/intelligencer/2014/04/ezra-klein-interview-vox-launch.html>>. Acesso em: 1 nov. 2015.

ELICK, A.B.; SULZBERGER, A.G.; PHELPS, A.; STORY, L.; GALINSKY, J.; BRYANT, A.; O'LEARY, A.; GIANNI, E.; DUHIGG, C.; PESKOE, B. **The Innovation Report**. The New York Times, 2014. Disponível em: <<http://scribd.com/doc/224608514/The-Full-New-York-Times-Innovation-Report>>. Acesso em 20 ago. 2015.

HARTMAN, Margaret. **Understanding Ezra Klein's Newly Launched Vox.com**. The New York Magazine. [s. L.], p. 1-1. 7 abr. 2014. Disponível em: <<http://nymag.com/daily/intelligencer/2014/04/understanding-the-newly-launched-voxcom.html>>. Acesso em: 1 nov. 2015.

KAUFMAN, Leslie. **Vox Takes Melding of Journalism and Technology to a New Level**. The New York Times. [s. L.], p. 1-1. 6 abr. 2015. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2014/04/07/business/media/voxcom-takes-melding-of-journalism-and-technology-to-next-level.html?_r=0>. Acesso em: 2 nov. 2015.

KOVRAS, Iosif; LOIZIDES, Neophytos. Syriza: **The radical left's Greek Spring?** Open Democracy. [s. L.], p. 1-1. jan. 2015. Disponível em: <<https://www.opendemocracy.net/can-europe-make-it/iosif-kovras-neophytos-loizides/syriza-radical-left's-greek-spring>>. Acesso em: 6 nov. 2015.

KRUGMAN, Paul. **Greece's Excess Burden**. The New York Times. [s. L.], p. 1-1. 14 fev. 2014. Disponível em: <<http://krugman.blogs.nytimes.com/2015/02/14/greeces-excess-burden/>>. Acesso em: 14 set. 2015.

LIMA, Juliana Diógenes de Araújo; FILHO, Ismar Capistrano Costa. **O Conceito de Aldeia Global de Mc Luhan Aplicado ao Webjornalismo**. Intercom: XXXII Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação, Curitiba, p.1-12, set. 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1816-1.pdf>>. Acesso em: 7 set. 2015.

MCBRIDE, Séan. **Many Voices, one World**. 1980. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066eb.pdf>>. Acesso em: 4 ago. 2015.

MOTTA, Luiz Gonzaga; COSTA, Gustavo Borges; LIMA, Jorge Augusto. **Notícia e construção de sentidos: análise da narrativa jornalística**. Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v. , n. 2, p.31-51, jun. 2004. Disponível em: <<http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/viewArticle/1067>>. Acesso em: 15 set. 2015.

PAVLIK, John; MOREIRA, Sonia Virginia. **Diálogos Midiológicos: O impacto das novas tecnologias da informação na prática do jornalismo**. Revista Brasileira de Ciência da Computação: Vol. XXIII, n 1, janeiro a julho de 2000, [s. L.], p.139-150, jan. 2000. Disponível em: <<http://200.144.189.84/revistas/index.php/revistaintercom/article/viewFile/2009/1787>>. Acesso em: 25 ago. 2015.

YGLESIAS, Matthew. **How the euro caused the greek crisis**. Vox. [s. L.], p. 1-1. jul. 2015. Disponível em: <<http://www.vox.com/2015/7/2/8883129/greek-crisis-euro-explained-video>>. Acesso em: 6 nov. 2015.

YGLESIAS, Matthew. **Anti-Austerity coalition sweeps to power in Greece**. Vox. [s. L.], p. 1-1. 26 jan. 2015. Disponível em: <<http://www.vox.com/2015/1/25/7888093/greek-election-results>>. Acesso em: 5 nov. 2015.

YGLESIAS, Matthew. **9 facts about Greece and the eurozone crisis**. Vox. [s. L.], p. 1-1. 6 jun. 2015. Disponível em: <<http://www.vox.com/cards/eurozone-crisis/greek-election>>. Acesso em: 6 nov. 2015.

Who we are - Vox. Disponível em: <<http://www.voxmedia.com/who-we-are>>. Acesso em: 15 abr. 2015

YU, Roger. Ezra Klein launches news site Vox.com. Usa Today. [s. L.], p. 1-1. 7 abr. 2014. Disponível em: <<http://www.usatoday.com/story/money/business/2014/04/07/klein-launches-vox/7420053/>>. Acesso em: 7 nov. 2015.

ZIELONKA, Jan. Who is afraid of Syriza? Open Democracy. [s. L.], p. 1-2. fev. 2015. Disponível em: <<https://www.opendemocracy.net/can-europe-make-it/jan-zielonka/who-is-afraid-of-syriza>>. Acesso em: 15 set. 2015.

ANEXO

1) Abaixo, segue a relação completa de matérias de janeiro a julho de 2015, com os *tags* *Greece*, *Greek*, *Tsipras*, *Syriza*, analisadas neste estudo, divididas por data,

Janeiro: 2 matérias

- “Anti-austerity coalition sweeps to power in Greece”. Data: 26/01/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/1/25/7888093/greek-election-results>>.

- “What Greece’s new finance minister learned from studying videogames”. Data: 28/01/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/1/28/7924485/yanis-varoufakis-video-games>>.

Fevereiro: 5 matérias

- “This cool combo chart shows Greece's economic disaster is even worse than it looks”. Data: 15/02/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/2/15/8042021/greece-unit-labor-costs>>.

- “German government denounces Greek proposal as “Trojan Horse”. Data: 19/02/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/2/19/8072415/germany-trojan-horse>>.

- “The increasingly bizarre standoff between Greece and the Eurozone, explained”. Data: 19/02/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/2/19/8068957/greece-eurozone>>.

- “Capital controls — how Greece could stay in the Eurozone even without a deal”. Data: 20/02/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/2/20/8076993/greece-capital-controls>>.

- “Greece's new deal with Europe, explained”. Data: 24/2/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/2/24/8098941/greece-reform-deal>>.

Junho: 20 matérias

- "Greek crisis: 11 people and institutions to blame". Data: 6/6/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/7/6/8900659/greek-crisis-blame>>.

- "How China's crisis compares to Greece's, in one tweet". Data: 8/6/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/7/8/8911313/china-stock-crash-greece-debt>>.

- "The Greece crisis doesn't scare the Eurozone anymore". Data: 18/6/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/6/17/8793945/greece-important>>.

- "The Greek default crisis, in one tweet". Data: 19/6/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/6/19/8811497/greek-default-grexit>>.

- "'What happens if we leave the euro?': The top Google searches from Greece". Data: 20/6/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/7/6/8901603/greece-financial-debt-crisis-euro>>.

- "Greece is doomed". Data: 27/6/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/6/27/8856297/greece-referendum-euro>>.

- "This chart explains why Greece and Europe can't agree". Data: 28/6/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/6/28/8858727/greece-gdp-chart>>.

- "John Oliver's 3-minute explanation of Greece's crisis". Data: 29/6/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/6/29/8861525/greece-grexit-john-oliver>>.

- "Greece has been in crisis for five years. How'd it get so bad now?". Data: 29/6/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/6/29/8862651/greece-grexit-economist-politics>>.

- "2 paragraphs that explain the Greek financial crisis". Data: 29/6/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/6/29/8859741/greek-financial-crisis-euro/in/8625476>>.

- "The Greek financial crisis, explained in fewer than 500 words". Data: 29/6/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/6/29/8862583/greek-financial-crisis-explained/in/8625476>>.

- "There's a simple solution to Greece's problems, but Europe won't try it". Data: 29/6/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/6/29/8863313/theres-a-simple-solution-to-greeces-problems-but-europe-wont-try-it/in/8625476>>.

- "One tweet that busts the most pervasive myth about Greece's crisis". Data: 30/6/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/6/30/8870257/greek-crisis-myth-austerity/in/8625476>>.

- "In defense of the Eurozone". Data: 30/6/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/6/30/8868393/greek-economic-crisis-europe-defense>>.

- "Why Greece's financial crisis is a health crisis too". Data: 30/6/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/6/30/8869885/greece-austerity-crisis-health>>.

- "11 things about the Greek crisis you need to know". Data: 30/6/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/6/30/8868363/greece-crisis-default-austerity>>.

- "The euro was a big mistake, and Greece is paying the price". Data: 30/6/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/6/30/8868973/euro-greece-crisis-mistake>>.

- "'For Germans, economics is still part of moral philosophy': why Germany won't help Greece". Data: 30/6/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/6/30/8871981/germany-angela-merkel-greece>>.

- "The Greek crisis: 9 questions you were too embarrassed to ask". Data: 30/6/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/6/30/8867939/greece-economic-crisis>>.

- "Greece is in crisis (again), and here's what you need to know". Data: 30/6/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/6/8/8747195/greece-crisis-explained>>.

Julho: 19 matérias

- "How the euro caused the Greek crisis". Data: 2/7/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/7/2/8883129/greek-crisis-euro-explained-video>>.

- "Greek crisis: NSA phone tap of Angela Merkel reveals she knew Greece's debt was unsustainable". Data: 2/7/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/7/2/8883307/merkel-nsa-wikileaks-greek-crisis>>.

- "Greek referendum: The best cases for 'no' and 'yes'". Data: 5/7/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/7/6/8900253/greeces-debt-crisis-eurozone-referendum>>.

- "Greek crisis: 5 issues in the Greek referendum". Data: 5/7/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/7/4/8890479/greek-referendum-crisis-issues/in/8625476>>.

- "Greek referendum: Greece projects 'no' will win. Here's what it means". Data: 5/7/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/7/5/8895197/greece-referendum-results/in/8625476>>.

- "Greek referendum projections show a "no" vote. Here's what you need to know". Data: 6/7/2015. <<http://www.vox.com/2015/7/2/8883393/greece-crisis-referendum-explained/in/8625476>>.

- "The case for a United States of Europe". Data: 6/7/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/7/1/8874403/united-states-of-europe>>.

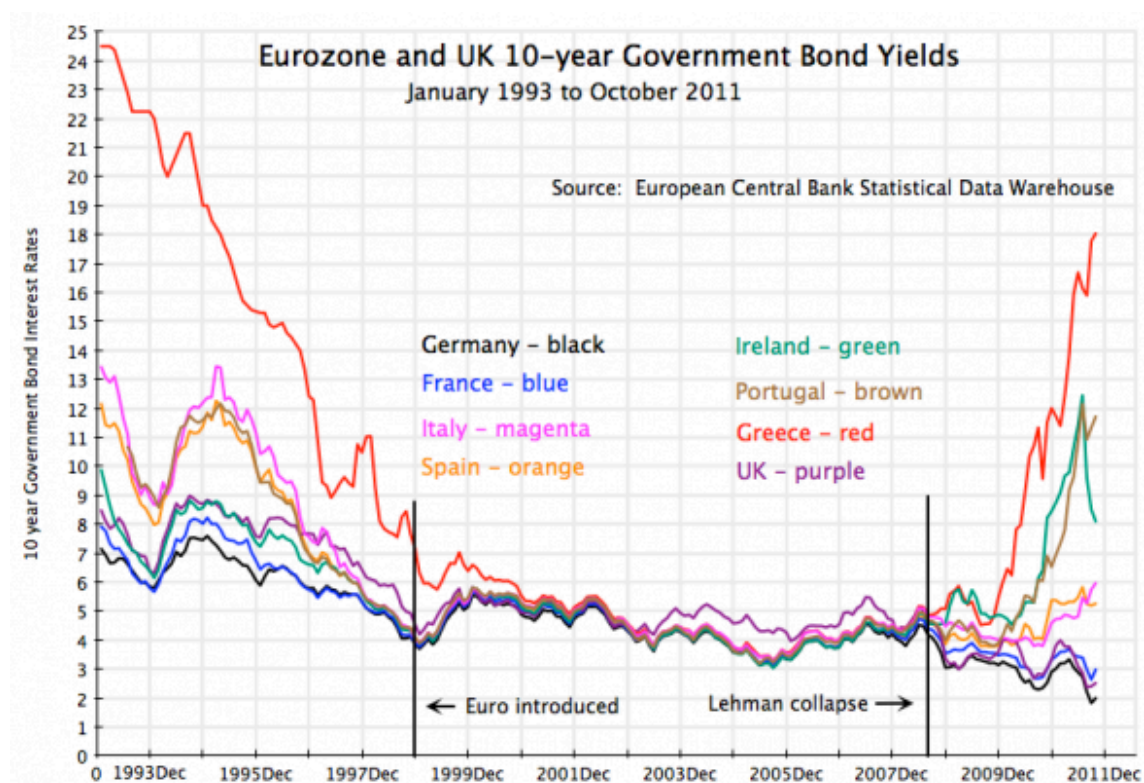
- "A Greece crisis take that's actually optimistic and somewhat persuasive". Data: 6/7/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/7/6/8901595/karl-whelan-grexit-optimism>>.

- "How Greece leaving the euro would actually work". Data: 6/7/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/7/6/8901303/greek-crisis-grexit-how-it-works>>.
- "Greece's debt crisis explained in charts and maps". Data: 6/7/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/7/1/8871509/greece-charts>>.
- "9 facts about Greece and the eurozone crisis". Data: 6/7/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/cards/eurozone-crisis/greek-election>>.
- "Backlash grows against Germany". Data: 7/7/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/7/7/8905647/backlash-grows-against-germany>>.
- "The depth of Greece's depression, in one chart". Data: 7/7/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/7/7/8901837/greek-incomes>>.
- "Greece's political crisis is partly the eurozone's fault". Data: 7/7/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/7/6/8902087/greece-syriza-eurozone>>.
- "Greece vacation: The Greek debt crisis is a good opportunity for a trip". Data: 7/7/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/7/7/8906009/greece-vacation-debt-crisis>>.
- "5 reasons the eurozone could be stronger without Greece". Data: 8/7/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/7/8/8911885/greece-crisis-eurozone-better-off-grexit>>.
- "The real problem with the EU is much bigger than Greece". Data: 8/7/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/7/8/8915075/greece-EU-crisis>>.
- "Two weeks of limbo are strangling the Greek economy". Data: 9/7/2015. Disponível em <<http://www.vox.com/2015/7/9/8923381/greek-debt-crisis-uncertainty>>.

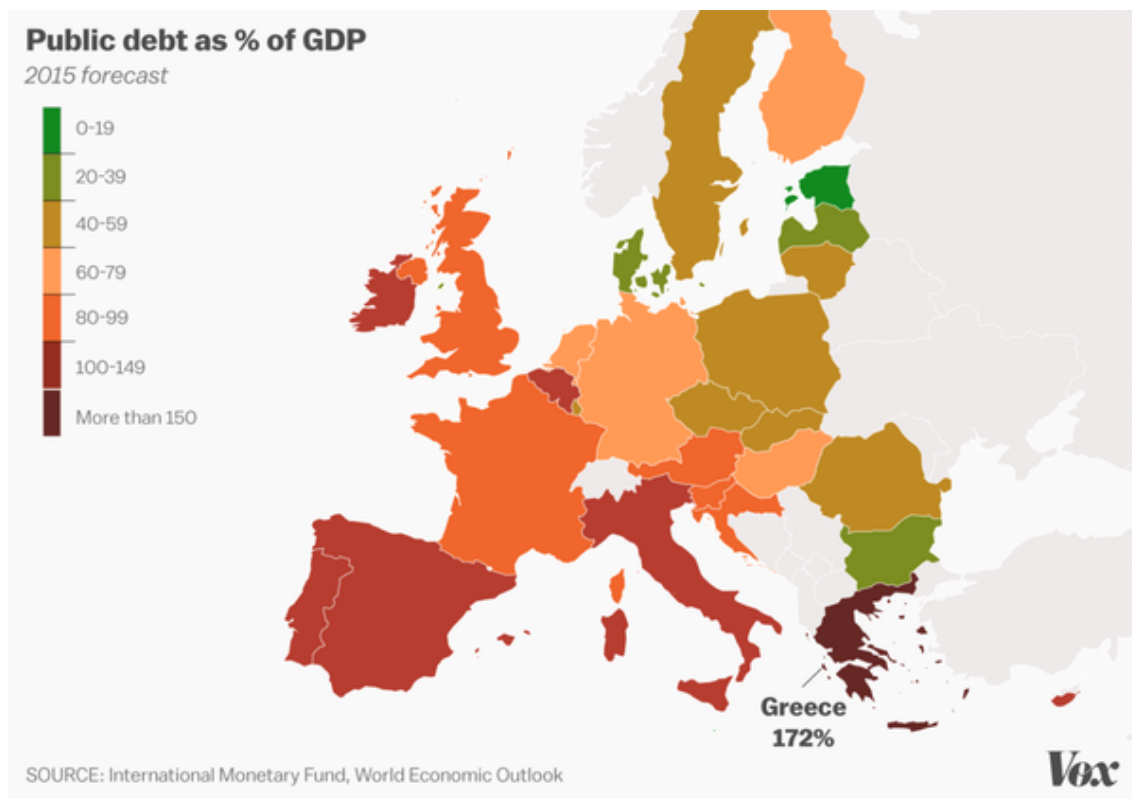
- “Germany's finance minister proposed swapping Greece for Puerto Rico. Jack Lew wisely turned him down”. Data: 9/7/2015. Disponível em <http://www.vox.com/2015/7/9/8922379/schauble-puerto-rico>.

2) Os gráficos da matéria “Greece’s debt crisis explained in charts and maps” (“A crise da dívida grega explicada em gráficos e mapas”, tradução livre).

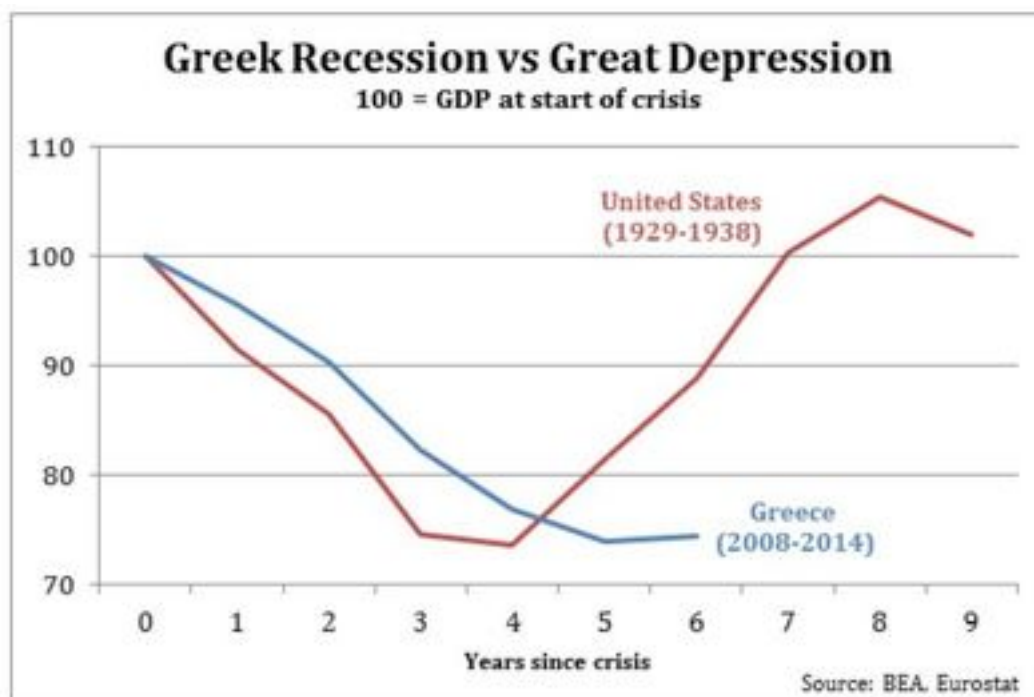
- Taxa de juros cobradas aos países europeus no começo da zona do Euro e depois, com a crise de 2008:



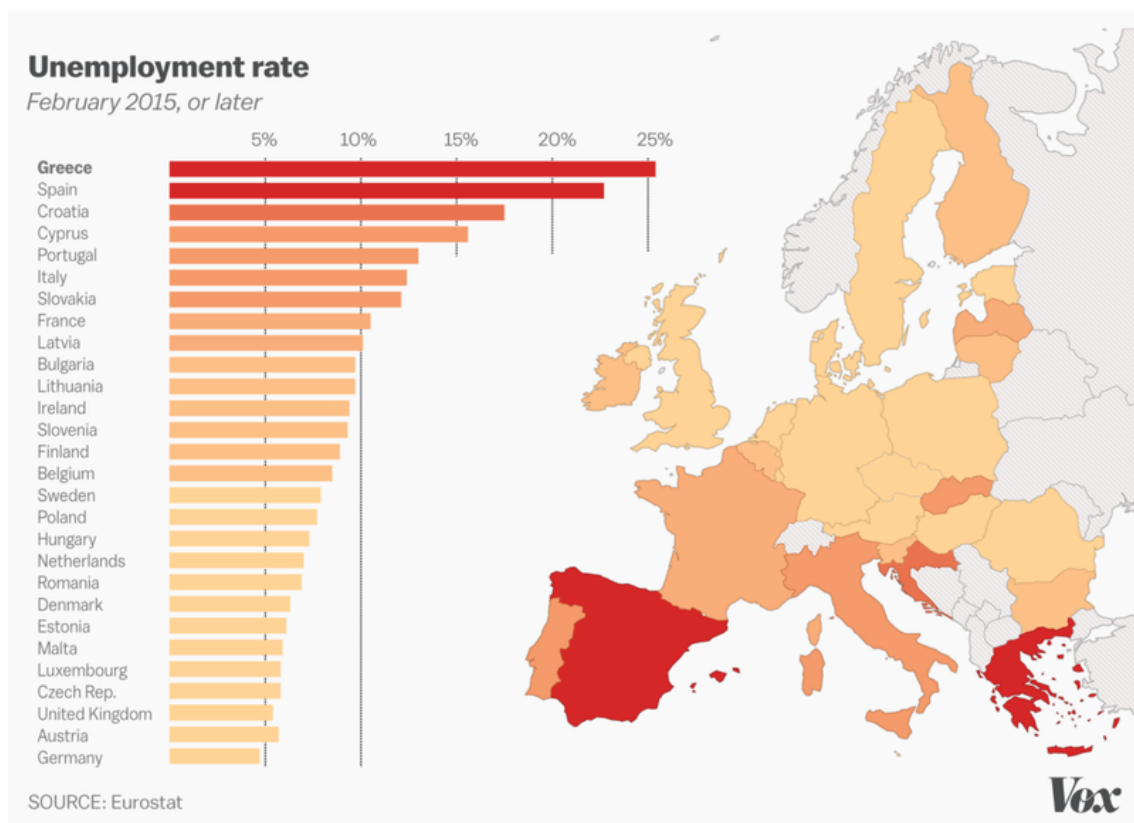
- Dívida pública em porcentagem do PIB, na Europa:



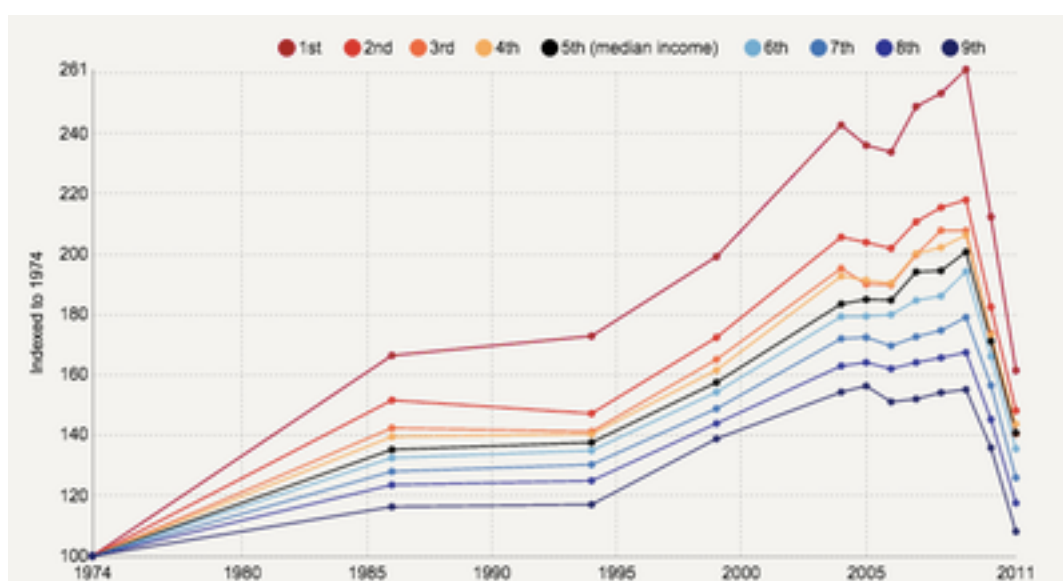
- Comparação entre os PIBs no período da na Grécia e na crise de 1929, nos Estados Unidos:



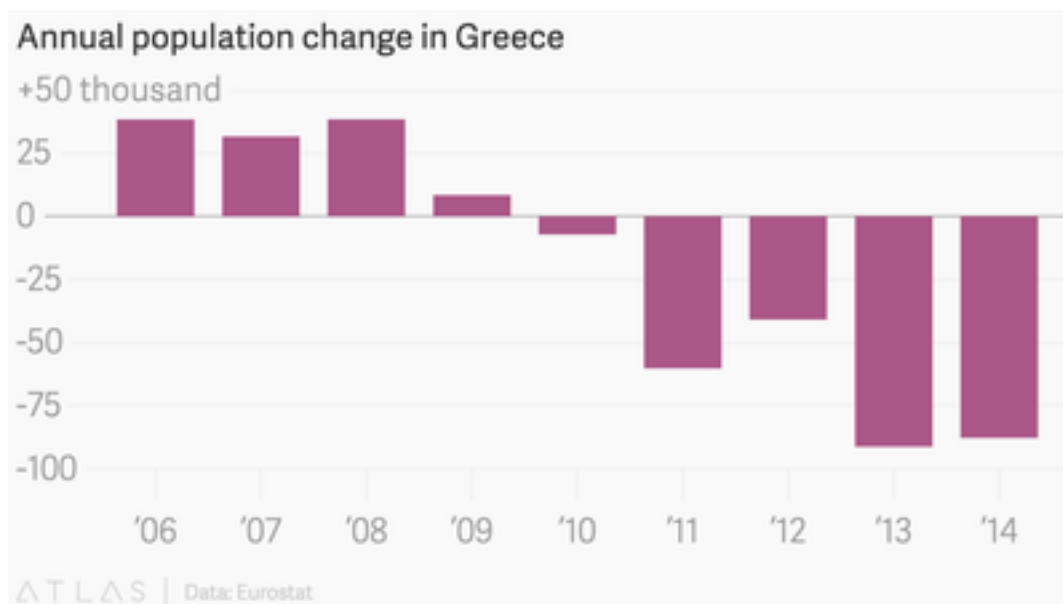
- Taxa de desemprego na Europa, em fevereiro de 2015;



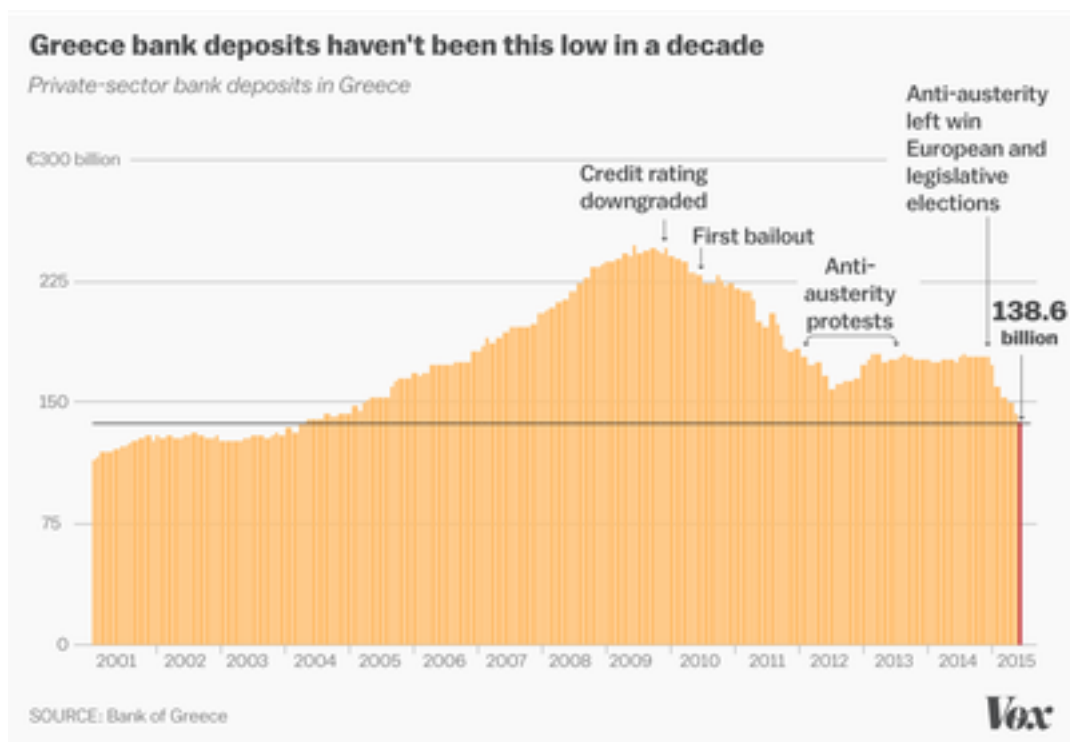
- Queda na renda de gregos de diferentes classes, por década:



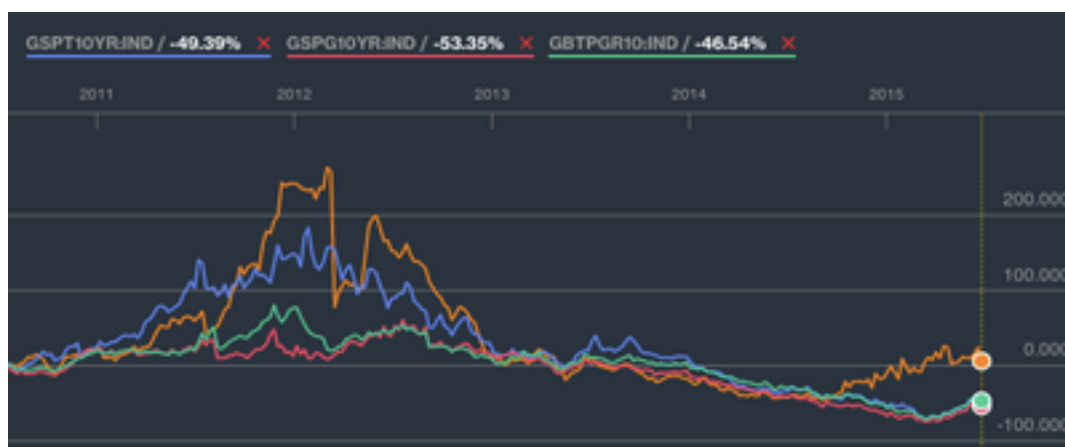
- Queda na população grega desde a crise:



- Taxas de depósito em bancos privados gregos, por décadas:



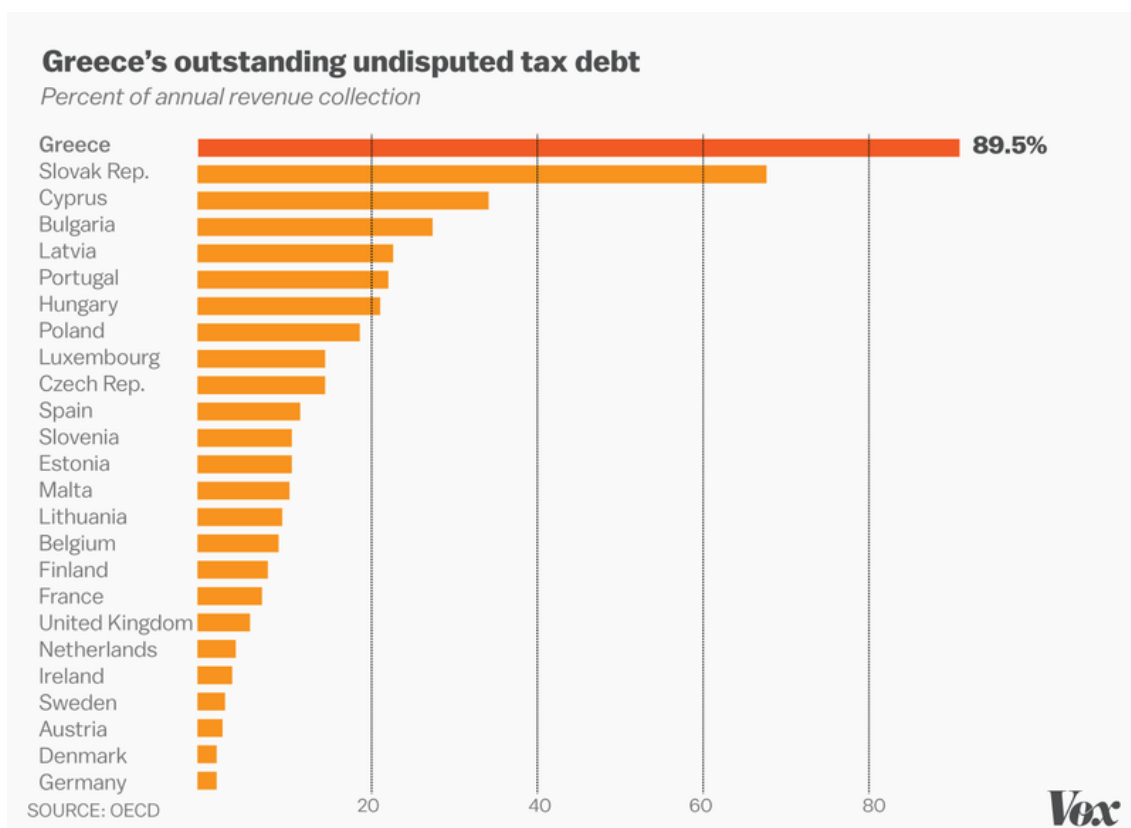
- Títulos públicos da Grécia (laranja), Portugal (azul), Espanha (vermelho) e Itália (verde), de 2011 a 2015:



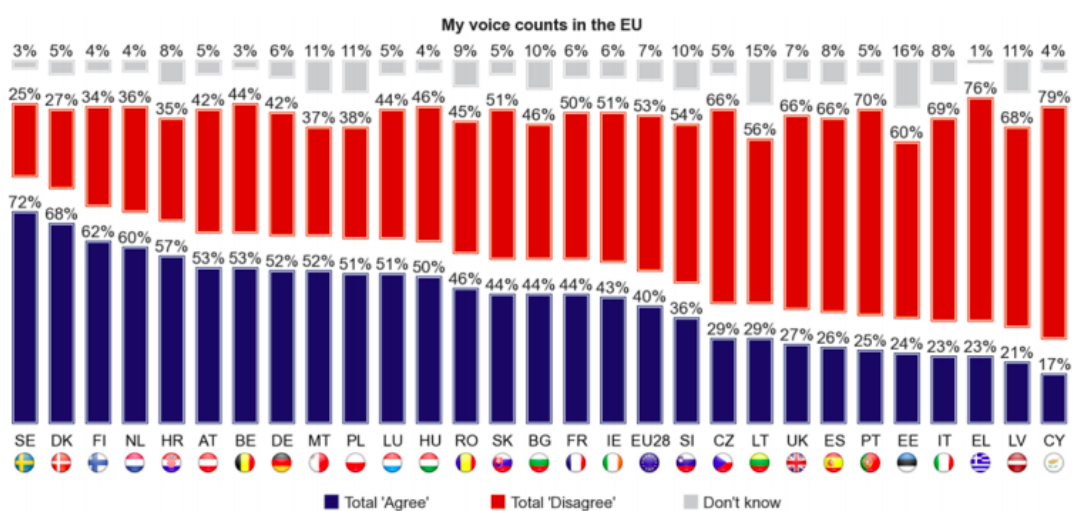
- Valor do Euro, em relação ao Dólar, de 2007 a 2014:



- Dívida fiscal de países europeus:



- Pesquisa “minha voz conta dentro da União Europeia:, entre os países do Euro:



- O PIB per capita nas últimas décadas (a linha amarela representa como os “burocratas” da zona do Euro veem o gráfico e o magenta, como a população grega o vê):

